

JUAN_FREYRE

Fecha de entrega: 07-nov-2023 07:29a.m. (UTC+0500)

Identificador de la entrega: 2195094527

Nombre del archivo: MSK.USB_-IC.-JUAN_ORLANDO_FREYRE_HERNANDEZ_h.docx (703.14K)

Total de palabras: 16435

Total de caracteres: 93107



92
FACULTAD DE INGENIERIA Y COMUNICACIONES

CARRERA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

CONDICIONES ECONÓMICAS, SOCIALES Y LEGALES PARA LA
FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO DE ASESORÍA
LEGAL PARA LA EMPRESA JABES ASESORES Y
CONSULTORES S.A.C. EN EL DISTRITO DE VENTANILLA,
CALLAO, 2022.

AUTOR: BACHILLER

Juan Orlando Freyre Hernández

2
Para obtener el Título Profesional en
Ingeniería Comercial

Lima - Perú

2022

CONDICIONES ECONÓMICAS, SOCIALES Y LEGALES PARA LA ¹⁹
FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIO DE ASESORÍA
LEGAL PARA LA EMPRESA JABES ASESORES Y
CONSULTORES S.A.C. EN EL DISTRITO DE VENTANILLA,
CALLAO, 2022.

ASESOR Y MIEMBRO DE JURADO

ASESOR:

Mg. Julio Bécar Mendoza

PRESIDENTE DEL JURADO

Mg. Hugo García Rivadeneyra

MIEMBROS DEL JURADO

Abg. Catherine Calderón Gálvez

Mg. Julio Bécar Mendoza

DEDICATORIA

A mi señora madre

Gladys Esperanza Hernández Pantoja por
darme la vida y que Dios la tenga en su
Gloria.

1 **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme el regalo más preciado: la vida.

A mi hermano Jhonas Freyre, así como a mi amigo William Pineda por su confianza e incondicionales.

A mi Alma Mater y a toda la plana docente de mi Universidad Peruana Simón Bolívar.

A nuestro asesor de investigación, Mg. Julio Bécar Mendoza por su encomiable labor y dirección brindada en el presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

Contenido

PORTADA.....	Error! Bookmark not defined.
³⁰ TÍTULO.....	II
ASESOR Y MIEMBRO DE JURADO.....	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE.....	VI
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XI
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 13 -
⁵ 1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 16 -
1.2.1 Delimitación Espacial.....	- 16 -
1.2.2 Delimitación Temporal.....	- 17 -
1.2.3 Delimitación Social.....	- 17 -
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 18 -
1.3.1 Problema Principal.....	- 18 -
1.3.2 Problemas secundarios.....	- 18 -
1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 18 -
1.4.1 Objetivo general.....	- 18 -
1.4.2 Objetivos específicos.....	- 18 -
1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 19 -
1.5.1 Justificación.....	- 19 -
1.5.2 Importancia.....	- 20 -
1.6 LIMITACIONES.....	- 22 -
1.6.1 En relación con la investigación:.....	- 22 -
1.6.2 En relación con la creación de la oficina legal.....	- 22 -
¹¹ 1.7 DATOS GENERALES.....	- 24 -
1.8 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL.....	- 25 -
1.9 UBICACIÓN DE LA EMPRESA.....	- 25 -
1.10 GIRO DE LA EMPRESA.....	- 26 -
1.11 TAMAÑO DE LA EMPRESA.....	- 26 -

1.12	⁵⁹ ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	- 26 -
1.13	MISIÓN, VISIÓN, POLÍTICA Y VALORES.....	- 29 -
1.13.1	Misión	- 29 -
1.13.2	Visión.....	- 29 -
1.13.3	Política.....	- 30 -
1.13.4	Valores	- 32 -
1.14	CLIENTES	- 33 -
1.15	RELACIÓN DE LA EMPRESA CON LA SOCIEDAD.....	- 33 -
CAPÍTULO II		- 34 -
BASES TEÓRICAS		- 34 -
2.1	ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	- 34 -
2.1.1	Internacionales.....	- 34 -
2.1.2	Nacionales.....	- 40 -
2.2	¹⁶ MARCO HISTÓRICO	- 45 -
2.3	MARCO LEGAL.....	- 47 -
2.3.1	Constitución Política del Perú.	- 47 -
2.3.2	⁴ Ley N° 30056, del 02 de julio de 2013, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.	- 47 -
2.3.3	Ley N° 26887, Ley General de Sociedades, Sección Cuarta, Sociedades Civiles: -	47 -
2.4	MARCO TEÓRICO	- 48 -
2.4.1	Teorías relacionadas a las condiciones económicas, sociales y legales.....	- 48 -
2.4.1.1	⁴⁰ Teoría De La Dependencia De Recursos.	- 48 -
2.4.1.2	Teoría del Ciclo de Vida de la Empresa (Teoría del Crecimiento y declive de la empresa).	- 49 -
2.4.1.3	Teoría del emprendimiento de oportunidad	- 50 -
2.4.1.4	Teorías Instrumentales	- 50 -
2.4.1.5	Teorías Integradoras	- 52 -
2.4.2	Definición de Condición	- 53 -
2.4.3	Dimensiones de condiciones.....	- 54 -
2.4.4	Teoría de negocio.....	- 56 -
2.4.4.1	Teoría de negocio de Peter Drucker	- 56 -
2.4.4.2	Teoría de la Cadena de Valor: Michael Porter	- 59 -
2.4.4.3	Teoría de la estrategia: Gary Hamel.....	- 61 -
2.4.5	Definiciones de plan de negocios.....	- 65 -

2.4.6	Dimensiones del plan de negocios.....	79	- 66 -
2.4.7	Estructura del plan de negocios.....		- 67 -
2.4.	MARCO CONCEPTUAL.....	55	- 71 -
2.4.1	Definición de términos básicos.....		- 71 -
CAPÍTULO III.....			- 74 -
DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS.....			- 74 -
3.1	DESCRIPCIÓN DEL PUESTO.....		- 74 -
3.2	FUNCIONES DEL PUESTO.....		- 74 -
3.3	ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....		- 75 -
3.4	CLIENTES INTERNOS.....		- 75 -
3.5	INCONVENIENTES EN EL TRABAJO.....		- 76 -
3.6	BENEFICIOS DE LA EMPRESA.....		- 76 -
3.7	PROPUESTA DE MEJORA.....		- 76 -
CAPÍTULO IV.....		6	- 77 -
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....			- 77 -
4.1	CONCLUSIONES.....		- 77 -
4.2	RECOMENDACIONES.....		- 81 -

RESUMEN

El presente estudio titulado "Condiciones Económicas, Sociales y Legales para la Formulación de un Plan de Negocio de Asesoría Legal para la Empresa JABES Asesores y Consultores S.A.C. en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022", se realiza como resultado de la presión inicial de la población y requiere la atención en este sentido. La asistencia y determinación de las condiciones mencionadas, permitirá el estudio, viabilidad y elaboración del correspondiente plan de negocios.

Los aspectos de índole teórico, antecedentes y procedimientos de la investigación social, económica y legal, que permitan determinar la formulación y sustentación del plan de negocio pertinente, el análisis de competitivo y la factibilidad técnica, económica y financiera para ser constituido legalmente en dicho distrito.

Los hallazgos del estudio. se utilizaron las variables sugeridas en el distrito de Ventanilla., cuyos resultados muestran que existen factores evaluativos económicos sociales y legales favorables y determinantes para la implementación de una asesoría legal en el mencionado distrito.

En tal sentido, la creación de esta asesoría legal para el distrito ayudaría a garantizar el cumplimiento legal de sus usuarios, identificar oportunidades y desafíos en pro de actividades que permitan una defensa social y económica de las personas y sus derechos.

Palabras Clave: Plan de negocios, negocios, factores.

ABSTRACT

The present study entitled "Economic, Social and Legal Conditions for the Formulation of a Legal Advice Business Plan for the Company JABES Asesores y Consultores S.A.C. in the district of Ventanilla, Callao, 2022", is carried out as a result of the initial pressure of the population and requires attention in this regard. The assistance and determination of the aforementioned conditions will allow the study, feasibility and preparation of the corresponding business plan.

The theoretical aspects, background and procedures of the social, economic and legal research, which allow determining the formulation and support of the pertinent business plan, the competitive analysis and the technical, economic and financial feasibility to be legally constituted in said district

The study's findings. The variables suggested in the district of Ventanilla were used, the results of which show that there are favorable economic, social and legal evaluative factors and determinants for the implementation of legal advice in the aforementioned district.

In this sense, the creation of this legal advice for the district would help to guarantee the legal compliance of its users, identify opportunities and challenges in favor of activities that allow a social and economic defense of people and their rights.

Keywords: Business plan, business, factors.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo se realizó a partir de un estudio descriptivo y no experimental, orientado a determinar cuáles son las condiciones sociales, económicas y legales del distrito de Ventanilla - Callao, que permitan constituir una oficina de asesoría legal en esta zona populosa y en la cual la percepción inicial indicaba la necesidad de ofertar este servicio para la población.

En este distrito, donde la mayoría de su población, desconocen sus derechos para afrontar las diversas situaciones antisociales y delictivas de esta sociedad, en la cual, los organismos gubernamentales y estatales no cumplen adecuadamente sus funciones de prevención y de ejecución de los procesos de justicia que requieren para obtener la paz y justicia social en el desarrollo de sus vidas; en muchos casos requieren la participación de un abogado, o del servicio de una oficina legal.

Cuatro capítulos componen este estudio:

El Capítulo I, se describe las dificultades de los vecinos de la jurisdicción, desde diferentes perspectivas y la necesidad de fortalecer las acciones de asesoría legal para defensa de los mismos dentro del contexto de su ambiente territorial urbano y suburbano, a fin de identificar las condiciones en las que se desarrollaría un Plan de Negocio para una asesoría legal en este distrito; se establece además las demarcaciones de la Investigación orientadas a la elaboración del plan, así como la especificación del problema principal y secundarios, generando sus respectivos objetivos, su importancia y limitaciones que podrían dificultar la realización y ejecución del proyecto para creación de la oficina legal que permita ser viable el servicio de asesoría correspondiente.

En este capítulo se ha incluido, los Datos Generales de la empresa Jabes Asesores & Consultores SAC., en la que me encuentro laborando en calidad de

Asistente Comercial desde el mes de agosto del 2022, en la cual vengo desarrollando estas funciones están diseñadas para promover la expansión empresarial desde la visión comercial en la que debe estar comprometida con el servicio a las comunidades en las que opera.

⁷
El Capítulo II, se establecerá el Marco Teórico, incluyendo los Antecedentes Nacionales e Internacionales; así como el Marco Histórico, Legal, Teórico, y Conceptual.

El Capítulo III, determina la descripción y evaluación de las actividades realizadas por el profesional en la empresa JABES Asesores & Consultores S.A.C. , estableciendo la descripción del puesto que se ostenta en dicha organización; así como, las funciones del puesto y las actividades desarrolladas en dicho puesto como los clientes internos a los que se les da servicio y además se presenta los inconvenientes en el trabajo que se realiza, formulando los beneficios que se han generado y las iniciativas de mejora que se han expuesto.

El Capítulo IV, presenta los hallazgos y recomendaciones de este estudio para desarrollar ¹ un Plan de Negocio de Asesoría Legal en el distrito de Ventanilla, Callao.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda INEI (2017), Ventanilla es un distrito de la Provincia Constitucional del Callao, situado en la zona norte de ella, en las coordenadas geográficas de 11°51'20" de latitud sur y longitud este 77°W 04E'25" pulgadas del meridiano de Greenwich, a 18 kilómetros (norte) del Callao, 34 km (noreste) de Lima, y a la altura del km 28.5 de la Panamericana Norte.

La superficie que ocupa es de 73.52 km². Los distritos de Santa Rosa; Puente Piedra; San Martín de Porres y el distrito de Callao, el Océano pacífico sirven como sus límites norte, este, sur y oeste, respectivamente. Ocupa una posición estratégica en la estructura interregional creada por las regiones de Norte Lima y Norte Cono en la Provincia Constitucional del Callao.

Ventanilla, tenía 305.600 un aumento promedio de 7,8% anual entre 1993 y 2007, disminuyendo a 1,3% entre 2007 y 2017; aunque se ha producido la actual invasión de población en la región, podemos suponer que a partir de 2022 la población de la región superará los 350.000 habitantes.

El aumento de casos, producto de los conflictos sociales y la inoperancia e insuficiencia de los servicios públicos hace que la insatisfacción de estos mismos aumente geométricamente viéndolo incipiente, para atender la demanda que clama la población.. Datos publicados en el Plan de Acción Regional de Seguridad Ciudadana - Región Callao, indican que la

Pobreza Monetaria es de 29.2% (93,672 ha.); que la Pobreza Extrema es de 0.9% (2,887 ha.). Sin embargo, la actividad económica en el distrito se concentra más en los negocios relacionados con los negocios (entre ellos el distrito Mi Perú), que cuenta con 7.905 unidades económicas; servicios suman 2132 unidades; producción, con 1.414 unidades; y otros servicios, con un total de 1.153 unidades, de las cuales 1.063 son alojamiento y restauración.

El informe ³¹ “Indicadores de Gestión de Seguridad Ciudadana del Callao” del Observatorio Nacional de Seguridad Ciudadana del Ministerio del Interior, señala que el Callao es la ciudad más industrializada del país después de Lima, con particular concentración en la provincia del Callao, Cercado y Ventanilla. De estos corredores industriales destacan tres: Argentina, Gambetta y Ventanilla. El 0.80 de la producción total de maíz del país y el 0.10 de consumo corresponden a su procesamiento industrial y molienda. También cuenta con importantes industrias de alimentos, instalaciones metalúrgicas, harina de pescado, y una refinería de petróleo (La Pampilla), empresas comerciales como Metro, Plaza Veá, CARSA, Maestro, CELIMA y otros.

En cuanto a las dimensiones del tamaño e instalación de empresas establecidas, 14 de ellas son medianas y grandes empresas; 85 pequeñas empresas y 7.525 microempresas; El PIB representa el 4,4% del país, y el PIB per cápita anual alcanza los 25.00145 soles.

El distrito de Ventanilla presenta, condiciones antisociales que pueden derivar en violencia contra mujeres, niños y ancianos; delitos contra la vida, lesiones corporales, la salud, robo, a la propiedad, usurpaciones, violencia familiar, consumo de drogas, interferencia con la moral pública y oposición al estado de derecho; contra la fe pública, el orden financiero y

monetario, contra la administración pública, la seguridad pública, el pandillaje, extorsión.

Estas situaciones antisociales y delincuenciales son registradas en las tres comisarias existentes en el distrito, distantes entre ellas en la que se investiga, persigue y se define las infracciones que corresponden juntamente con la Fiscalía y dos centros de justicia, así como la Audiencia Nacional que actualmente que investiga, reúne información y toma decisiones y que ha sido ampliada para dar servicio al distrito de Puente Piedra.

Datos de 2017, se hicieron públicas estadísticas sobre la enorme desconfianza ciudadana del país en instituciones como (a) la Policía Nacional del Perú (91,5%), b) el sistema judicial (95,1%); (c) así como, el sector público (94,2%). Situación es similar a 2014, cuando el 93,8% de la población expresó desconfianza en la fuerza del orden, indicándose que, en el 2017, el 31.5% de los chalacos manifestaron en no confiar en dicha institución.

Debido a que la desconfianza en las instituciones antes mencionadas está asociada con percepciones de corrupción e impunidad; está asociada con percepciones de corrupción e impunidad; representa una grave amenaza para la justicia y seguridad pública; En consecuencia; es urgentemente necesario implementar las reformas necesarias y medidas correctivas para aumentar la concientización ciudadana y aumentar la eficacia y utilidad de los servicios ofrecidos a los ciudadanos.

Sin embargo, estas instituciones del gobierno o de los poderes Estado, que deben cautelar los derechos de los ciudadanos, no cumplen con sus objetivos de prevención o de las acciones de justicia que les corresponde, menos aún para hacer frente a la demanda delincencial y antisocial del

distrito, los que incluso, se ven sobrecargadas por la deficiencia de sus organismos o sobrepasada por las grandes o pequeñas organizaciones criminales que delinquen en este distrito.

Dada esta situación económica y social del distrito, y en la que la mayoría de los ciudadanos, no conocen sus derechos legales, para hacerlos valer ante los organismos comunales o estatales, es que se hace necesario crear o desarrollar mayor cantidad de defensorías y/o oficinas de asesoría legales o jurídicas en defensa de esta sociedad, que busca vivir con la tranquilidad y en paz social dentro de esta comunidad distrital.

A la luz de esto, es un momento oportuno para adentrarse en el campo de la asesoría legal corporativo. Para que una firma de abogados se destaque en el mercado, ofrezca servicios de primer nivel y satisfacer la demanda de los clientes, es clave el desarrollar un plan de empresa.

Esta iniciativa está acorde en los artículos 58, 59 y 61 de la Carta Magna aprobada en 1993, en lo que se establece la libertad de la iniciativa privada, la garantía estatal de la libertad empresarial y la promoción de la competencia libre en el mercado.

1.2 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Delimitación Espacial

La presente investigación se desarrolló en el distrito de Ventanilla, I Callao, Perú.

Al delimitar el mencionado estudio, se puede alcanzar una comprensión más exacta de los aspectos económicos, sociales y legales que influyen en la implementación de una oficina legal en esa área específica.

Esta delimitación espacial permite investigar y analizar de manera más efectiva los elementos clave que serán relevantes para establecer y operar una oficina legal exitosa en ese distrito

1.2.2 Delimitación Temporal

Entre enero y diciembre del año 2022, se realizó el estudio. Cabe resaltar que la delimitación temporal ha dependido de los objetivos específicos antes mencionados y la accesibilidad de la información pertinente. Al establecer un marco temporal, se busca analizar y comprender cómo los factores económicos, sociales y legales han evolucionado y cómo se espera que influyan en la creación de una oficina legal en el distrito de Ventanilla en ese periodo específico.

1.2.3 Delimitación Social

El análisis se centrará en los factores sociales, económicos y legales presentes en Ventanilla, que serán abarcados en el estudio del Plan de Negocio de Asesoría Legal en el Distrito de Ventanilla, Callao sobre aspectos demográficos como la composición de la población, los niveles de educación, las necesidades legales y las demandas de servicios legales en la comunidad.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Problema Principal

¿De qué manera es viable un plan de negocio de una oficina de asesoría legal, de acuerdo con las condiciones sociales económicas y legales, en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022?

1.3.2 Problemas secundarios

PS1 ¿De qué manera las condiciones económicas, sociales y legales influyen en la creación de una asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022?

PS2 ¿De qué manera es viable un plan de negocio de asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022?

1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Establecer la viabilidad de un plan de negocio de una oficina de asesoría legal de acuerdo con las condiciones económicas, sociales y legales en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022

1.4.2 Objetivos específicos

OE1 Conocer las condiciones económicas, sociales y legales para la asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022.

OE2 Determinar la viabilidad de un plan de negocio de asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022

1.5 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1 Justificación

A. Teórica; La finalidad del presente estudio es determinar las condiciones económicas, sociales y legales para la creación de un plan de negocios de asesoría legal en el distrito de Ventanilla; adentrar y comprender el ámbito circunscrito y adaptar el establecimiento de oficina a las condiciones únicas del distrito, este estudio examina los factores económicos, sociales y legales para crear una oficina legal en el distrito de Ventanilla, lo que ayuda a garantizar el cumplimiento legal, identificar oportunidades y desafíos, fomentar la responsabilidad empresarial frente a la sociedad. y el desarrollo social sostenible.

B. Metodológica; La puesta en acción de los objetivos planeados en el estudio permitirá utilizar los métodos más adecuados al tema expuesto lo que permitirá ahondar con mayor plenitud en el plan de negocios en la que se realizará las encuestas a los pobladores de la jurisdicción, lo que proporcionará los resultados reflejados de los servicios existentes. La justificación metodológica conlleva a la necesidad de utilizar un enfoque sistemático, riguroso y confiable para el levantamiento de información. Esto garantizará la validez y la calidad de los resultados del estudio para optar decisiones informadas sobre la creación de la oficina legal en ese contexto específico

C. Práctica; La práctica la investigación, incidió en los esfuerzos para decretar lo ascendente, en la constitución de la oficina en asesoría legal en la población de Ventanilla, esperando que los resultados generen una defensa social y económica para una adecuada justicia social y la mejor la defensa de sus derechos de su población, de las entidades empresariales y de la adecuada gestión de las normas que le corresponde cumplir a la entidades públicas y gubernamentales que el ciudadano del distrito de Ventanilla lo sienta suyo y útil para el desarrollo y crecimiento de su ciudad.

1.5.2 Importancia

La creación de una oficina de asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao, sería de gran importancia debido a las condiciones antes señaladas del distrito, siendo estas son positivas debido a que Ventanilla es un distrito industrializado que alberga a muchas empresas, trabajadores y ciudadanos emprendedores.

Por lo tanto, es probable que haya una gran demanda de servicios legales relacionados con el trabajo, los negocios y la defensa de los ciudadanos emprendedores. Una oficina de asesoría legal podría proporcionar asistencia legal asequible y accesible a estas personas, lo que les permitiría proteger sus derechos laborales y empresariales resolviendo cualquier problema legal relacionado con ellos.

En términos de las condiciones sociales, estas también son positivas, debido a que Ventanilla es un distrito que enfrenta una serie de desafíos, como la pobreza, la delincuencia y la falta de

servicios básicos. Una oficina de asesoría legal podría brindar asistencia legal a personas y grupos vulnerables, que a menudo son víctimas de abusos y discriminación

En cuanto a las condiciones legales, son favorables, por el bajo nivel de confianza del Callao en sus instituciones gubernamentales. Una oficina de asesoría legal independiente y profesional mejorará la confianza pública y en la disponibilidad y prestación de los servicios legales asequibles en los usuarios residentes en Ventanilla.

En resumen, la creación de una oficina de asesoría legal ⁹⁶ en el distrito de Ventanilla, Callao, es esencial para garantizar que la población local tenga el acceso a servicios legales asequibles, esto facilitará la salvaguardia ⁸⁹ de los derechos de los grupos vulnerables y desfavorecidos y reforzará la confianza pública institucional.

1.6 LIMITACIONES

1.6.1 En relación con la investigación:

- Se ha tenido dificultad tanto en la bibliografía, como material de consulta.
- Impedimento de ciertos enlaces url por estar bloqueadas o descontinuadas.
- Escasa información sobre este tema de investigación.

1.6.2 En relación con la creación de la oficina legal

Existen varias limitaciones que podrían dificultar el establecimiento de una oficina de asesoría legal en el distrito con condiciones económicas, sociales y legales desfavorables. Algunas de estas limitaciones podrían incluir:

- a. **Recursos financieros:** La carencia de estos podría limitar la capacidad de la oficina para proporcionar servicios legales asequibles y accesibles a la población. Los costos asociados con el alquiler de un espacio, el pago de personal y otros gastos operativos podrían ser prohibitivos.
- b. **Bajo nivel de educación legal:** Si la población en el distrito tiene un bajo nivel de educación legal, podría limitar su capacidad para comprender y utilizar los servicios legales que se ofrecen. Esto podría requerir que la oficina proporcione

información clara y fácil de entender sobre los procedimientos legales y las opciones disponibles.

- c. Falta de confianza en las instituciones públicas:** Si la población del distrito tiene poca confianza en las instituciones públicas, incluyendo el sistema judicial y la policía, podría ser difícil para la oficina de asesoría legal ganar la confianza de la comunidad y hacer que los residentes recurran a ella en busca de ayuda.
- d. Altas tasas de delincuencia:** si el distrito tiene altas tasas de delincuencia podría ser difícil para la oficina de asesoría legal
- e.** Mantener la seguridad de su personal y de los clientes que buscan sus servicios.
- f. Ubicación de la infraestructura:** si la ubicación de la oficina se encuentra en una infraestructura inadecuada, que carezca de carreteras, transporte público, electricidad y acceso a internet, podría ser difícil para la oficina de asesoría legal funcionar eficazmente y llegar a la población en necesidad y a las instituciones en q las que desarrollará su defensa.
- g. Estigma cultural:** si el distrito tiene ciertos estigmas culturales que se asocian con la búsqueda de asesoría legal como el miedo a la discriminación a la violencia, la vergüenza asociada con la búsqueda de ayuda legal podría ser difícil para la oficina de asesoría legal hacer frente a estos estigmas y ganar la confianza de la población

1.7 DATOS GENERALES

JABES ASESORES & CONSULTORES S.A.C., es una empresa que brinda, asesoría y consultora legal, administrativa, contable, proyectos de ingeniería, con más de 10 años de servicio y en condición de activo en el mercado de consultoras y es el promotor de la iniciativa para la creación de una oficina legal en el distrito de Ventanilla, de acuerdo con las condiciones sociales, económicas y legales de dicho distrito. La empresa conformada como una sociedad anónima cerrada, tiene como finalidad comercial las ACTIVIDADES DE CONSULTORÍA JURIDICAS, en el grupo y clase 6910 (Actividades Jurídicas), establecida en la Clasificación Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4) de la SUNAT, y cuenta con el RUC: 20554894756

La Gerencia General de la empresa es ejercida por la Abogada y Magister, Shendell Romina Pineda Cubillas de Vidal y como abogados especialistas colaboradores los abogados Christian García Pérez y Rubén Concha Bacalla; así mismo cuenta con asesores en Ingeniería para su área de proyectos, que está jefaturada por el Ing. de Sistemas Saulo Pineda Cubillas y conformada por los asesores Ings. Industriales Christian Vidal Pérez, Ricardo Arévalo Rivera y William Pineda Horna.

El Logo de la empresa es el siguiente:



1.8 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

JABES ASESORES & CONSULTORES S.A.C., con Registro Único del Contribuyente RUC: 20554894756

1.9 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

- **Directorio, Contabilidad y Psicología**

Está ubicada en: Jr. José Antonio de Zela Nro.130 2do. Piso Urb. Los Libertadores, Distrito: San Martín de Porres.



- **Área Legal y Proyectos de Ingeniería**

Está ubicada en: Jr. Alberto Concha Arévalo, Mz "D" Lte.15 Urb. Albino Herrera 1ra. Etapa. Distrito: Callao.

1.10 GIRO DE LA EMPRESA

La empresa desarrolla las siguiente actividades:

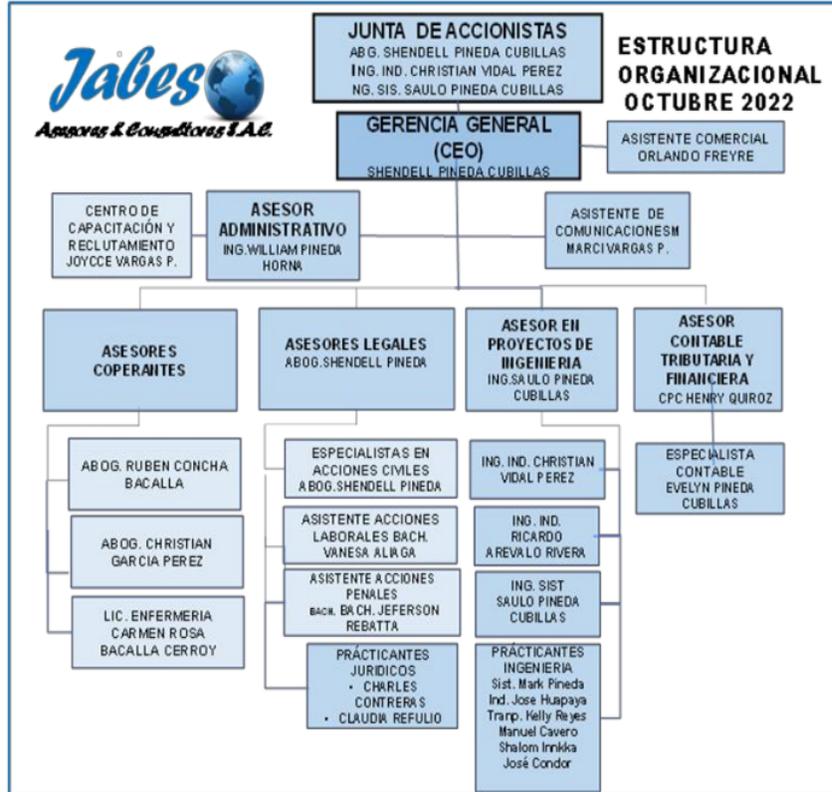
- Asesoría y Consultoría en defensa jurídica, administrativa, laboral, civil y penal
- Asesoría y Servicio contable y financiero.
- Asesoría en Ingeniería de proyectos industriales orientados al rubro de hidrocarburos,
- Sistemas y Tecnología de la información a empresas comerciales.
- Servicio de Ingeniería eléctrica y Reclamaciones a ENTEL y Luz del Sur.
- Apoyo en sistemas y servicios de empresas de Transportes, Seguridad y Salud Ocupacional a organismos públicas y privadas, entre otras.
- Servicios de proyectos especiales de capacitación mediante cursos o exposiciones en temas de defensa del derecho personal o empresarial, que le soliciten sus clientes como proyectos especiales.

1.11 TAMAÑO DE LA EMPRESA

JABES ASESORES & CONSULTORES S.A.C., es una pequeña empresa familiar, está considerada dentro del Régimen MYPE Tributario. Está empresa cuenta con trabajadores en la planilla de remuneraciones, y asesores externos de acuerdo con la demanda y requerimientos de los clientes para otorgarles el mejor y eficiente servicio de Asesoría y Consultoría

1.12 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

El organigrama establecido en octubre del 2022 es el siguiente:



La estructura organizacional establecida es de una empresa de sistema jerárquico escogido para organizar a los trabajadores que la constituyen, así como para la distribución de la demanda del trabajo en sus diferentes áreas de asesoría, que requieran de sus servicios los clientes.

Además, JABES Asesores y Consultores SAC, en el indicado organigrama estructural y funcional de la empresa y en la cual, se observa:

El área de trabajo de la Alta Dirección en el que me encuentro colaborando, como asistente de la Asesoría Comercial, incorporado a esta organización empresarial, desde el segundo semestre del año 2022.

Las áreas con las que me relaciono para coordinar el comercio trade, externa, y así mismo con el objeto de encontrar o dar apoyo comercial y de imagen institucional a aquellos proyectos, productos y procesos en los aspectos concernientes a mi profesión, en el que la empresa necesita aplicar y mejorar.

JABES ASESORES & CONSULTORES S.A.C., comenzó en diciembre del año 2012, en base a la inscripción de su minuta en los Registros Públicos (SUNARP) de Lima, como una empresa dedicada al Asesoramiento y Consultoría, predominando entre sus servicios la de actividades legales, siendo las actividades contables, financieras y de ingeniería de proyectos, como alternativas que los clientes buscan para centralizar sus esfuerzos comunicacionales y fidelizarse para su atención.

Su constitución organizacional es netamente familiar, apoyado por colaboradores especialistas y sus labores se desarrollaban en un departamento en un edificio que lo utilizaban como oficinas, ubicado en el distrito del San Martín de Porres. Actualmente han establecido otra oficina en el Cono Norte del Callao, manteniendo así dos (2) oficinas, y una mejor distribución del personal y de sus actividades.

En sus inicios, se enfocaban específicamente en brindar servicios de asesoría, consultoría y patrocinio legal, y estas labores se incrementaron con nuevas actividades por la asociación de familiares de nivel profesional en ingeniería de sistemas, industrial, eléctrica, contadores y psicólogo organizacional, que los llevo a iniciar sus actividades formalmente como empresa, un 13 de octubre del año 2013.

1.13 MISIÓN, VISIÓN, POLÍTICA Y VALORES

1.13.1 Misión

La misión de una empresa es el objeto principal para existir. ¿qué pretende lograr? ¿por qué existe? y ¿cómo encaja en la sociedad? La misión de una empresa puede entonces servir como piedra angular de su plan de negocios y ayudarla a crear un enfoque estratégico para el mercado.

En tal sentido JABES ASESORES Y CONSULTORES SAC, ha establecido como misión:

“Servir a nuestros clientes en asesorías y consultorías jurídicas, administrativas, contables y proyectos de ingeniería, con excelencia técnica y profesionalismo, en sus demandas y requerimientos empresariales”.

1.13.2 Visión

La visión le da a una empresa la oportunidad de reflejar de manera clara y realista los valores que le dan su identidad y dar respuesta a preguntas como "¿Qué quieres lograr?". ¿adónde vas? ¿Adónde quieres ir en el futuro? ¿Cómo lo conseguiste?

Al respecto JABES Asesores y Consultores SAC, ha establecido como Visión:

“Ser reconocida por su excelencia, satisfacción de sus clientes y crecimiento de la entidad, con la mayor inclusión de

colaboradores y trabajadores, en el entorno en que laboramos socialmente”.

1.13.3 Política

La política de la empresa está orientada para alcanzar los resultados que un negocio espera, y debe ser realizado por todos los miembros de su sociedad empresarial; en tal sentido ha establecido:

A. En seguridad y salud en el trabajo

JABES Asesores y Consultores SAC, considera que todas las personas que trabajan para la empresa o utilizan sus servicios, tienen el derecho a un regreso seguro a su hogar al finalizar cada jornada laboral. de llegar a sus hogares,

B. En sus actividades laborales

JABES Asesores y Consultores SAC, utiliza las mejores prácticas y tecnologías empresariales económicamente factibles, para el desarrollo de sus servicios principales y actividades complementarias; buscando permanentemente su desarrollo y perfeccionamiento sostenible, en los lugares, zonas y regiones donde realiza sus operaciones de Asesoría y Consultoría.

C. En sus Objetivos estratégicos específicos

La empresa está enfocada en lograr para el año 2023, resultados en base a los siguientes retos:

- Incrementar en un 25% anual la rentabilidad sobre el capital de la empresa.
- Incrementar la cartera de clientes en 30%.
- Reducción de tiempo de las tareas y aumentar la eficiencia de los recursos.
- Obtener el 100% de la lealtad y satisfacción de la plantilla en base a próximas encuestas.
- Alianzas estratégicas de profesionales colaboradores serán evaluadas anualmente.

D. En el Mantenimiento de su Ventaja competitiva

Cualquier empresa que busque ganar cuota de mercado debe poseer una ventaja competitiva de modo que, teniendo en cuenta las estrategias ya empleadas para hacerlo, su reputación pueda compararse con la de otras empresas. el más alto nivel de prestigio.

Ante esto, JABES Asesores y Consultores SAC, frente a la competencia de empresas similares en estos rubros se centrará en:

- Mejoría continua en la naturaleza del servicio,
- Especialización y desarrollo de trabajos dentro de cada área de asesoría y atención personalizada a los clientes potenciales.
- Mantener mayor margen de clientes cautivos en los lugares, zonas y regiones donde realiza sus operaciones.
- En diversificar y especializar los servicios.
- Formación complementaria obligatoria para los empleados de la empresa.
- Aportar soluciones que se ajusten a las necesidades en materias de asesoría y consultoría que se soliciten.
- ⁵⁶ Demostrar cero tolerancias a la corrupción especialmente en los cargos medios y altos.

1.13.4 Valores

La empresa mantiene una conducta ética y valores como integridad, honestidad, compromiso y responsabilidad, para asegurar la satisfacción de sus clientes a través de una orientación adecuada que permita una gestión empresarial de alta calidad. Además, la empresa tiene la responsabilidad social para apoyar a sus clientes, así como denunciar la injusticia social, en lugar de permanecer en silencio. Los clientes son atendidos y satisfechos como resultado de su entrega y pasión por su trabajo.

1.14 CLIENTES

Sus clientes son mayormente empresas de diferentes rubros y personas naturales, a las cuales se les brindan servicios de asesoría legal y empresarial. A través del paso de los años la clientela se ha expandido para dar servicio en otros rubros como restaurantes, servicios médicos y universidades públicas y privadas, así como también personas naturales con negocio propio.

1.15 RELACIÓN DE LA EMPRESA CON LA SOCIEDAD

El término “compromiso social” se refiere a la voluntad desarrollada de persona o grupo que busca hacer, transformar y de contribuir al desarrollo y sustentabilidad, en las áreas en las que brinda servicios de asesoramiento.

Se trata de una contribución voluntaria destinada a alcanzar una sociedad justa, equitativa y responsable con el entorno de sus clientes y su medio ambiente en el que labora.

En tal sentido, JABES Asesores y Consultores SAC, viene realizando dentro de su responsabilidad social la realiza eventos gratuitos de consultoría jurídica en las diversas zonas urbanas y desarrollos poblacionales existentes en el distrito de Ventanilla.

BASES TEÓRICAS

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 Internacionales

Brethe, J. (1939) en su investigación “Las transformaciones jurídicas de la empresa patronal” publicada en la revista de Informaciones Sociales, resume, el autor que desarrolla la teoría de la institución establece que las instituciones son equipos de personas que trabajan juntas en un proyecto no contractual a largo plazo. Se analiza la empresa como una institución y se examina la legislación social, destacando la disminución de la libertad económica de los empresarios y la influencia de la sociedad.

Dentro del análisis, las leyes sociales son una evolución necesaria para contrarrestar los abusos del liberalismo económico. Se destaca el carácter cada vez más institucional de las empresas en lugar de ser esencialmente contractuales. El artículo también aborda la representación de las personas en el gobierno corporativo y las reformas sociales de 1936 en Francia.

Finalmente, la justicia es esencial para combatir el abuso, y buscando la equidad en precios justos para productores y consumidores, enfatizando los intereses empresariales, de profesionales y con la sociedad encontrándose el punto de inflexión y de equilibrio del bien general de la sociedad, guiados por los ideales de justicia social.

El autor percibe un movimiento jurídico que intenta socializar las empresas sin convertirlas en organizaciones de servicio social.

Duque S. y González, M. (2008). en su trabajo de investigación titulado ⁷³ “Los Consultorios Jurídicos y la Popularización del Derecho”, explora la idea de promover la ciencia y la importancia de investigarla en un contexto interdisciplinario.

Además, plantea considerar el alcance de la divulgación científica y cómo la universidad puede mejorar el proceso de difusión del conocimiento en todas las disciplinas incluido el derecho como ciencias social importante, lo que recomienda incorporar la educación legal clínica en la currícula académica de educación jurídica, ofreciendo oportunidades para el avance de la profesión, jurídica. Asimismo, permitirá enfatizar la pedagogía como instrumento teórico y práctico.

⁶⁴ Cordero, J., Astudillo, S., Carpio, X., Delgado, J., & Amón-Martínez, O. (2011), mencionan ¹ en su investigación “Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador”; los hallazgos del estudio de las variables predictoras del emprendimiento y sostenimiento ⁸³ de las PYMES de la ciudad de Cuenca como también las conclusiones de dicha evaluación de la referida ciudad.

El método aplicado se cimentó en una investigación transversal descriptiva en el que se recopiló, midió y evaluó para obtener información sobre aspectos comerciales generales, factores que influyen en la información relacionada con el negocio y en el

impacto en cómo las empresas se desarrollan de manera sostenible. La encuesta y el levantamiento bibliográfico fueron las técnicas de recuperación de información empleadas.

La muestra a realizar encuestas fue a 200 compañías, que encontraron información general sobre empresarios y los factores que afectan las iniciativas comerciales y la sostenibilidad de la compañía. que se habían constituido entre los años 2001 y 2008.

La población estuvo compuesta por 1082 empresas; siendo 200 las empresas que se encuestaron para la obtención de datos (basados en parámetros según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (UN,2011)), que componen la muestra y se ha determinado un nivel de confianza del 0.95; siendo el instrumento básico el cuestionario que consta de 32 preguntas desglosadas en los siguientes apartados: (i) Factores que afectan el espíritu empresarial, tales como aspectos personales y condiciones ambientales; los rasgos y habilidades que tiene un emprendedor al empezar un negocio se les conoce como la dimensión personal. Las condiciones ambientales influyen en las circunstancias en las que los emprendedores identifican ideas de negocios. (ii) factores que afectan la sostenibilidad empresarial; Donde las condiciones ambientales se identifican como un aspecto de la situación que afecta el desarrollo y crecimiento del negocio.

Las políticas e iniciativas deben priorizar las condiciones (ambientales) del entorno para crear el negocio y proporcionar dirección para lograr las metas basadas en los hallazgos. Impulsar los sistemas de apoyo empresarial y encontrar oportunidades para promover el progreso económico con apoyo a la inversión y financiamiento puede mejorar la calidad de la motivación de los

empresarios; por lo que es crucial planes de negocios a nivel escolar y su proximidad en los diversos sectores de la producción, económico y social.

La propuesta establece que un buen gobierno corporativo, leyes e instituciones abiertas, un entorno estable, el desarrollo de mecanismos de financiación para incentivar el espíritu, el desarrollo, así como la gestión empresarial de vanguardia son elementos claves de una política ambiental efectiva.

Panchana, M. (2011); en su tesis sobre "Asesoramiento Laboral a los Trabajadores mediante Servicio de Asistencia Jurídica Laboral Gratuita en el Sector Público del Cantón Santa Elena", establece que el trabajo es reconocido como un derecho sacralizado según el Artículo 33 de la Carta Magna del Ecuador vigente (R. O. N 449, 20 OCT 2008), determina el trabajo es un derecho, una obligación social y económica que promueve el bienestar en sus aspectos.

La exigua protección hacia las condiciones laborales y dignidad humana de los trabajadores hace que los conflictos laborales sean frecuentes en Ecuador, El Código de Trabajo, en su Artículo 4, establece la irrenunciabilidad de los derechos, por lo tanto, es importante establecer pautas que fomenten el mutuo respeto entre los trabajadores y los empleadores en relación con sus deberes y derechos. Sin embargo, la mayoría de los trabajadores desconocen los derechos que les otorgan tanto la Constitución como el Código de Trabajo.

El estudio se centra en el marco de la legislación laboral porque tiene requisitos muy específicos que los empleados y trabajadores deben cumplir.

Para lograr el objetivo de asesorar en derecho laboral a los funcionarios públicos en cuanto a sus derechos y protecciones conforme a la Constitución y el Código de Trabajo y asegurar la efectividad de sus derechos a través de la asistencia legal laboral no remunerada, es necesario garantizar seguridad, equidad y dignidad. trabajar.

Los métodos de investigación utilizados abarcan elementos históricos, deductivos, inductivos, sistémicos y sociológicos, así como técnicas descriptivas, cualitativas y participativas mediante encuestas, bibliografías y material escrito.

La extensión del objeto de conocimiento debe definirse porque el incumplimiento de estas prohibiciones puede dar lugar a acciones legales que inciden directamente en las relaciones laborales, por lo que se recomienda brindar asesoría y orientación en derecho laboral y buscar soluciones a los posibles conflictos laborales basados en el procesamiento y organización de la información.

²⁰ Moreira, M., Bajaña I., Pico B., Guerrero G., y Villarroel J. (2018). Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador. Revista Ciencias Sociales y Económicas-UTEQ 2(1): 1-22. El presente artículo de investigación tiene como propósito principal determinar las causas que permiten o interponen en la creación de nuevas empresas y su presencia en las tendencias laborales, emprendimiento y crecimiento económico

en el Ecuador, asimismo su relación de éste último con el emprendedurismo. El trabajo consta de dos partes: la primera es teoría, en la que diversos autores ponen de manifiesto diversas peculiaridades relacionados con los emprendedores. Examinando empíricamente la correlación existente desarrollo económico y espíritu empresarial, siendo este último un campo que contiene una diversidad de temas que incluyen finanzas empresariales, rasgos emprendedores, empresas familiares, identificación de oportunidades, aprendizaje y emprendimiento social.

Sus decisiones de compra y producción coadyuvan a la prosperidad económica y el bienestar general. Para lograr el funcionamiento triangular entre empresa privada, estado y universidad, es necesario el proceso de diálogo, buscando consensuar puntos de vistas en pro de apoyar el emprendimiento nacional hacia el desarrollo económico del país, el papel de las universidades es un apoyo importante para este desarrollo. impartiendo conocimientos en emprendimiento y el de priorizar la investigación.

En el análisis se puede observar una gran proporción de cierres de empresas que, por políticas públicas y crediticias, no son las más competitivas en términos de crecimiento empresarial. Esto significa un aumento del subempleo o subempleo, es decir, personas que no gozan del beneficio ni del derecho de la seguridad social que ganan menos del del salario base.

Según la investigación del GEM para incentivar el espíritu empresarial es necesario: (a) Mejoramiento de las condiciones

ambientales y de financiamiento; (b) Crear espacio para la innovación, y desarrollo de mercado; (c) Promover la profesión y las habilidades del emprendedor y (d) Fomentar mejores vínculos entre el mundo académico y profesional; (e) Fomentar redes empresariales; y (f) promover el uso de las nuevas tecnologías informáticas

2.1.2 Nacionales

Rodríguez, C. & López, E. (2021), en su tesis el "Plan de negocio para una empresa de consultoría y asesoría para emprendedores de Lima Metropolitana y de la Provincia Constitucional del Callao", a fin de optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas; cuyo objeto es crear una empresa productiva y exitosa que mejore las experiencias de los clientes, buscando forjar vínculos sostenibles en el tiempo e impulsar el crecimiento de marca, así como la incorporación de nuevos negocios.

R&L Consultores y Asesores S.A surge como una iniciativa para brindar asesoramiento y consultoría empresarial especializada, con el fin de impulsar a más personas a emprender y lograr sus metas de crecimiento.

Desde el inicio de la cuarentena, el panorama laboral ha experimentado un cambio significativo como resultado de las medidas de cuarentena optadas, algunas personas han tenido la suerte de continuar trabajando, de modo virtual o presencial. Mientras algunas personas regresan a sus puestos de trabajo, otras siguen sin empleo. En este contexto de incertidumbre, muchas personas están optando por emprender en diversos

sectores productivos, de comercio con el propósito de obtener ingresos adicionales y mantener a sus familias.

En cuanto a la viabilidad del negocio es factible, la estrategia de diferenciación basada en tarifas competitivas y atención personalizada; donde el servicio se brinda en las ubicaciones de los emprendimientos de los clientes. "R&L Consultoría y Asesoría S.A" se enfocará en brindar un excelente servicio a emprendedores del sector C, correspondiente a su público objetivo. El total de inversión total requerida ha sido establecida en S/ 24,857.72, y se ha optado por financiar S/ 14,000.00 a través de crédito bancario. Por lo que podemos decir que si presenta oportunidades de rentabilidad.

Arenas, E. (2017), en su tesis titulada "Plan de Negocios para la Creación e Implementación de una Empresa de Asesoría y Consultoría Integral para las PYMES en la Ciudad de Arequipa, 2017", para optar el título de Ingeniero Industrial, establece la consultoría integral y refiere cubrir la mayoría de los aspectos necesarios para la gestión de una empresa, abarcando diversas especialidades que sean demandadas en el mercado, con el objetivo de lograr rentabilidad financiera.

En cuanto a los servicios de consulta presencial y remota que son las categorías que se distinguen los servicios integrales, siendo el segundo que está expedito en 03 planes con diferentes precios según el contenido ofrecido en cada uno. Además, el autor señala, que esta modalidad de servicios de teleconsulta empresarial son relativamente nuevos en el mercado peruano, en la ciudad Blanca existen servicios de consultoría empresarial aun no desarrollados ni enfocados a las PYME's.

Actualmente no existe ninguna empresa en Arequipa que brinde servicios de tele consulta, por lo una tarifa mensual fija por el servicio cubre servicios básicos de consultoría como informes personalizados, capacitación y cursos en línea, consultas individuales con expertos en la materia por teléfono y otros detalles.

El proyecto tiene una importante rentabilidad anual que supera el 80%, lo que lo hace financieramente viable. Como es lógico, al dividir la mayoría de los activos fijos, los costos pueden reducirse en beneficio del cliente, lo que permite cierta flexibilidad en términos de diferencial de precios y promueve una alta rentabilidad.

Chávarry, D. (2012) en su tesis titulado “Plan de Negocios para la Creación e Implementación de una Empresa de Consultoría y Asesoría de Marketing para Medianas y Pequeñas Empresas”, para obtener el grado de Licenciado en Marketing , al examinar la composición de las empresas consultoras y asesorías de marketing para PYME’s en la ciudad de Trujillo, se determinó el plan empresarial, cuyo objetivo es aumentar la competitividad, rentabilidad y productividad empresarial mediante estrategias de diferenciación que le permitan entregar servicios de calidad, por lo que es indispensable, conocer los motivos que justifican la necesidad de este servicio por parte de las empresas, así como sus efectos.

Con el fin de potenciar e implementar el plan de marketing y posteriormente intentar incrementar su efectividad, se analiza el significado y finalidad para las empresas antes mencionadas. Así como las diversas herramientas de marketing que pueden utilizarse para lograr mejores servicios.

El valor teórico la importancia práctica y social y la conveniencia basada en beneficios universalmente alcanzables sirven para respaldar esta investigación

Las empresas tienden a desarrollar e incrementar numerosas tácticas de vanguardia innovadoras, en muchos casos, rompiendo la sabiduría convencional de los inversores exitosos y utilizando conceptos con frescor, novedosos y sencillos, lo que permite asegurar una buena rentabilidad a través de una elección inteligente. MARKÉXITO, marketing, confianza y resultados.

¹¹ Alva, E. (2017), En su investigación “La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima”, cuyo objetivo es determinar las causas que llevaron a la extinción de las microempresas peruanas desde las perspectiva del gerente, examinar las causas principales que conllevan al fin de las empresas y establecer una posición que permita ofrecer líneas de producción en perspectiva de desarrollo. Las microempresas constituyen el 95% del sector empresarial del Perú y proporcionan el 48% de empleo para la fuerza laboral del país.

Siendo los principales parámetros de dicha extinción microempresarial del Perú son la falta de publicidad; el estado de la economía; la intensa competencia local; parvedad de un plan empresarial; deficiencia de mecanismos de control; y la impericia para reclutar personal.

En este estudio la similitud de las microempresas se refleja principalmente en los siguientes aspectos: antigüedad, nivel de ingresos y estructura legal de las microempresas, y el último aspecto refleja la tendencia de las empresas individuales en términos de organización legal. Por tanto, el control directo de los microempresarios sobre los fondos de sus empresas (incluidos los ingresos y gastos personales) representa una vulnerabilidad empresarial crucial durante el desenvolvimiento empresarial de una empresa

En cuanto a la característica relevante del perfil empresarial es la edad superior a 44 años representa ser menos propenso al fracaso siendo el gestor una persona hombre de 46 años promedio y de estudios primarios. Como nivel de sector económico empresarial es un factor quiebre en el declive empresarial. En el 2014, la tasa de mortalidad microempresarial del Perú oscilaba en 5.9% y de aquellas menores a 2 UIT (Unidad Impositiva Tributaria) al 13.3%.

Por lo que podemos afirmar, que son más proclives a la mortalidad las microempresas de subsistencia. Las microempresas ingresos de ventas hoy sean las más propensas al fracaso.

Dado que el índice de mortalidad a nivel microempresas con ingresos menores a 2 UIT alta, la motivación de estos microempresarios para emprender se mantiene. Todo esto para que las microempresas no solo reciban stock de sobrevivencia, sino que sean orientadas a las prioridades y perspectivas de rumbos de negocios que promuevan su crecimiento y desarrollo. Su desaparición ha creado varias dificultades sociales y económicas para el país.

2.2 MARCO HISTÓRICO

Rosas, O., Rivera, C. , Cardoso, S., & Menchaca, D. (2019); de la ³³Escuela de Nivel Medio Superior de Guanajuato, Colegio de Nivel Medio Superior, Universidad de Guanajuato, en la Revista de Jóvenes en la Ciencia, Volumen V (2019); en la que expresan que cada negocio tiene una estructura que establece sus operaciones y que está expedita a cambios constantes, por lo que requiere de herramientas dinámicas e innovadoras para seguir siendo competitiva en el mercado. Para comprender las variables que podrían tener un impacto en una elección o decisión se deben realizar análisis e investigaciones exhaustivos.

El estudio de fuentes documentales, libros, artículos y videos pertinentes al tema en cuestión, así como el análisis de campo son parte del proceso de investigación.

Un modelo de negocio como un plan empresarial son componentes esenciales de una empresa, ya que tienen estructuras diferentes y buscan marcar una diferencia positiva en un área en particular. El objetivo del presente estudio es distinguir entre ambos y aclarar el rol de cada uno en el contexto empresarial analizando la definición, estructura, significado y características de cada uno

A modo de conclusión, el modelo de negocio establece los bases fundamentales y la visión en el transcurso del tiempo de la empresa, el plan de negocio se enfoca en la implementación y la ejecución de esas estrategias. Tambos,son recursos fundamentales para el desarrollo sostenible y la prosperidad en el largo periodo. Además, el monitoreo y la adaptación son esenciales en

ambos casos, ya que la data histórica y actual proporciona información valiosa para ajustar y mejorar la estrategia comercial.

La complementariedad e importancia del rol de cada uno proporciona una base sólida para el éxito empresarial al permitir una toma de decisiones informada y una adaptación efectiva a un entorno empresarial en constante cambio.

En el caso del presente estudio de investigación, Jabes Asesores y Consultores SAC., ha desarrollado su estrategia de mercado a nivel histórico, considerando la situación de disminución de su demanda en sus actividades legales debido a la pandemia producida durante los últimos años y que aún no se regulariza por que la situación económica de sus clientes ha disminuido igualmente y la empresa operaba virtualmente por disposiciones del gobierno. Sin embargo, dado que habiendo desarrollado la empresa asesoría legal gratuita en el distrito de Ventanilla, y en diversos asentamientos humanos, se pudo observar que numerosos pobladores que tenían problemas judiciales por la compra e independización de sus lotes de terreno, así como la independización de sus departamentos de vivienda, presentaba un nicho para incrementar la demanda deseada por la empresa, a fin de mantenerse activo empresarialmente.

Bajo estas condiciones y contando con un Asistente Comercial, la empresa promovió el estudio de investigación, para la creación de una oficina legal en este distrito y ampliar de ser posible la cobertura de atención a la población, considerando los resultados de este trabajo.

2.3 MARCO LEGAL

2.3.1 Constitución Política del Perú.

La Carta Magna del Estado Peruano en su título III, del Régimen Económico, Capítulo 1; de los Principios Generales, establece en sus artículos 58 al 61, sobre los principios que se establecen para el desarrollo de económico del país, como son: libre iniciativa privada, libre trabajo, libre empresa, comercio e industria, diversificación económica, subsidiariedad estatal, Libre competencia, libertad de contratación, igualdad legal de Inversión, propiedad y enajenación legales Cambio de divisas y protección al consumidor y usuarios.

2.3.2 Ley N° 30056, del 02 de julio de 2013, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.

Dicha Ley tiene como objeto principal fomentar la inversión privada Para lograr esto, se han implementado diversas medidas, como el fomento de las inversiones, el desarrollo de las empresas, entre otras.

2.3.3 Ley N° 26887, Ley General de Sociedades, Sección Cuarta, Sociedades Civiles:

Esta ley regula diversos aspectos relacionados con la constitución, funcionamiento y regulación de las sociedades en el país. En particular, el texto se refiere a las sociedades civiles, estructuras legales para el entorno empresarial contempladas

conforme a Ley y que permiten Objetivos comunes Tipos de sociedades civiles, denominación de capital y valoración de capital entre otros.

2.4 MARCO TEÓRICO

En esta parte del trabajo de investigación se ha considerado revisar aspectos de las condiciones económicas, sociales y legales, así como del plan de negocios con el ánimo de constituir metas para alcanzar resultados adecuados, claros al tema propuesto.

2.4.1 Teorías relacionadas a las condiciones económicas, sociales y legales

2.4.1.1 ³² Teoría De La Dependencia De Recursos.

Propuesta por Jeffrey Pfeffer J. & y Salancik G. en su libro titulado "The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective" (⁶⁰ "El Control Externo de las Organizaciones: Una Perspectiva de Dependencia de Recursos"), publicado en 1978, exponen la dependencia de recursos externos para su funcionamiento y ciclo de vida vigente existente en las organizaciones y empresas, enfrentándose a entornos dinámicos y complejos (económicas, sociales y legales) en los que deben interrelacionar con otras entidades externas (proveedores, clientes, competidores, reguladores y otros). Esta teoría, sostiene que una organización debe adquirir y gestionar recursos valiosos que aún no posee para satisfacer necesidades y lograr

sus objetivos. Estos recursos incluyen dinero, información, tecnología, acceso al mercado, para su negocio, lo que puede incluir la obtención de financiación y la búsqueda de proveedores y clientes.

2.4.1.2 ⁴⁰ **Teoría del Ciclo de Vida de la Empresa (Teoría del Crecimiento y declive de la empresa).**

En su libro *The Theory of Firm Growth*, Penrose E. (1959) creó una importante teoría sobre la evolución de las empresas, sostiene que el valor de los recursos humanos, así como las competencias y destrezas individuales de los gerentes y empleados pueden afectar la capacidad de una empresa para cambiar y crecer. Destaca que los recursos internos, el conocimiento tácito y las habilidades únicas son primordiales para el cambio y crecimiento de una empresa y cómo la gestión de esos recursos determina los límites del crecimiento. Como resultado, la expansión de la empresa guarda relación con la recolección y utilización de los recursos internos de las oportunidades proporcionadas por el entorno. De la misma forma, En un artículo titulado "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs", Churchill N. (1979) detalla en las etapas de la vida empresarial pueden influir en la medición y comprensión de las estrategias de marketing, el cómo las empresas pasan por diferentes etapas, como la fase de inicio, crecimiento, madurez y declive (en función de su economía, la sociedad en la que se enfrenta y la legalidad de esta). Cada etapa tiene diferentes características y requiere enfoques estratégicos

distintos. Por lo que se busca que las empresas busquen aplicar estrategias y decisiones acordes en cada ciclo de vida empresarial.

2.4.1.3 Teoría del emprendimiento de oportunidad.

En su artículo ¹ "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research" (La promesa del emprendimiento como campo de investigación), Scott A. Shane y S. Venkataraman (1997), enfatizó que la sincronización es crucial para los procesos empresariales. El emprendimiento oportunista ocurre cuando las personas encuentran una oportunidad empresarial que pueden aprovechar como resultado de las fluctuaciones del mercado, los avances tecnológicos, las necesidades insatisfechas u otras ofertas en pro de crear nuevas oportunidades como resultado de un producto, servicio o modelo de negocio. Los antecedentes y el entorno de los emprendedores tienen un impacto en cómo reconoce y aprovecha las oportunidades. Un entorno empresarial favorable, incluidos los recursos (financieros), las redes de apoyo (social) y la cultura empresarial (legal), pueden facilitar el surgimiento de empresarios rentables

2.4.1.4 Teorías Instrumentales

⁵² Esta teoría se basa en el crecimiento de Responsabilidad Social Corporativa, ²³ en cuanto la actividad genere ganancias a las partes interesadas de una empresa.

Friedman, M. (1970), en su artículo "The Social Responsibility of Business is To Increase its Profits" ("La Responsabilidad Social de la Empresa es Incrementar sus Beneficios"), sostiene la necesidad de distinguir entre grupos de empresarios (seres artificiales incapaces de realizar sus funciones) y las personas que integran una empresa (es decir, individuos que son capaces de realizar acciones reales con consecuencias causales claras para producir un bien en su entorno). Por otro lado, Friedman, citado por Cansino, C. y Morales, M. (2008), anuncia que: "Las corporaciones son agentes de creación de riqueza para los accionistas, los individuos deben cumplir con un alto nivel de responsabilidad social". (p.17). Con base en la teoría instrumental Porter, M. y Kramer, M. (2002), analizaron principios de la responsabilidad social empresarial:

Las obligaciones morales surgen durante las actividades económicas como la expansión de una ubicación comercial. Dicho de otro modo, Si las inversiones crean sostenibilidad, crecimiento y rentabilidad, ¿Acaso, no deberían beneficiar a la sociedad?

Al considerar factores económicos sociales y ambientales, la sustentabilidad - viabilidad a largo plazo de una empresa. Es un requisito primordial para lograr los objetivos comerciales es la aprobación pública para la constitución de una empresa y la realización de sus operaciones.

Por último, la reputación de una empresa afecta su capacidad comercializar desempeñarse y afrontar las consecuencias por lo que es imperativo que establezca credibilidad comprometiéndose a tener un impacto ambiental mínimo y creando pautas de seguridad para las áreas en las que opera

2.4.1.5 Teorías Integradoras

La teoría integradora, va a considerar diversos aspectos o dimensiones interrelacionadas tanto en su constitución y su operación, de índole económico ético, legal, y de intereses de múltiples partes que cualquier empresa debe iniciar al momento de su formalización para luego solicitar y obtener una licencia de operatividad y proteger los intereses de esta.

⁴⁴ Carroll, A. (1979) en su trabajo "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", plantea la que la RSE -Responsabilidad Social Empresarial - debe de considerar en su naturaleza: (a) Aspectos económicos. -Toda empresa busca ganancias y tomar medidas para asegurarse de que sus socios sean ricos. (b) Aspectos Legales. - De acuerdo con la ley, una sociedad anónima debe respetar el marco legal que le permita funcionar adecuadamente para mantener su existencia; y (c) Discrecionales. - Si bien la legislación no exige un comportamiento basado en valores y principios, debe estar influenciada por la moral para crear protección social y ambiental. El equilibrio social no puede existir sin moralidad.

Por último, Davis K. (1960), sostenía que “cuando una empresa comercial se desarrolla, aumentando su producción, empleados y riqueza, de alguna manera influirá en cierta medida en las decisiones. Por tanto, la empresa creará un “contrato social” que facilite la conexión entre la entidad y la empresa, respetando los derechos de los actores involucrados

2.4.2 Definición de Condición

En el español cotidiano, una condición (del latín *condicio*, *condicionis*) es la naturaleza o carácter de algo; un estado, una situación especial en la que se encuentra algo o alguien; una condición o circunstancia, aptitud o disposición esencial para la existencia de otro; una circunstancia que afecta un proceso o la condición de una persona o cosa.

En latín clásico, la palabra "conditio" se usaba para indicar las condiciones, términos o requisitos bajo los cuales se establecía algo. Estas palabras se utilizan en múltiples contextos para expresar la noción de imponer condiciones o requisitos a algo. En el transcurso del tiempo, el término "condición" ha ido cambiando para adquirir diferentes significados y usos en los diferentes ramas de las Ciencias Sociales.

Según el Diccionario Panhispánico Español Jurídico, la condición es la determinación circunstancial de la voluntad y los efectos de los negocios jurídicos surgen, aparecen y se extinguen van en función de factores aleatorios conocidos como eventos futuros o inciertos. No lo son sí se refieren a un hecho presente o pasado,

necesario o imposible, porque faltaría en tal caso es requisito de la incertidumbre.

Por lo que, si se refieren a acontecimientos recientes o históricos, no son necesarios porque violarían la condición de indeterminación, que prohíbe la pérdida de significado. Las condiciones pueden ser suspensivas o resolutorias, o también potestativas, causales y mixtas, y positivas y negativas.

Por tanto, el término condición, refiere a las condiciones, circunstancias o requisitos que rigen la naturaleza o naturaleza de algo, ya sea personal, social, económico o jurídico.

2.4.3 Dimensiones de condiciones

Las condiciones económicas, sociales y legales son elementos del entorno externo fundamentales de toda sociedad o un país en un momento específico, estos tienen un impacto en su funcionamiento y su estrategia organizacional.

Condiciones económicas: se refiere factores económicos y financieros que afectan el entorno empresarial, como la demanda, el desarrollo económico, la inflación, tipo de interés, los niveles de empleo, la oferta de crédito.

Condiciones sociales: Son los aspectos socioculturales, educativos, salud, demográficos, sociológicos de la sociedad que influyen en la conducta del consumidor y las tendencias del mercado. Los factores sociales incluyen los cambios en los valores y creencias sociales, la estructura demográfica, las

estructuras sociales, familiar, las dinámicas de poder y las preferencias de los consumidores.

Condiciones legales: Abarca el marco legal de una empresa o sociedad mercantil, como son las leyes, normas, regulaciones gubernamentales, impuestos y políticas que pueden afectar la operación y estrategia de la empresa, por ejemplo, a citar: (a) Marco constitucional: Una constitución que define los principios básicos, la organización y los poderes del gobierno; (b) Derechos Civiles y Humanos. (c) Derecho del trabajo: normas sobre empleo y derechos de los trabajadores. (e) Derecho Comercial: Lineamientos para la formación, realización y administración de empresas y transacciones económicas. (f) Regulaciones Ambientales: Leyes diseñadas para proteger el medio ambiente y promover prácticas sustentables. Cambios en la legislación pueden crear nuevas oportunidades o restricciones para las empresas, por lo que es esencial para las organizaciones mantenerse al día con los cambios legales y cumplir con las normas establecidas

Por lo tanto, las empresas deben analizar constantemente los entornos económico, social y legal, a fin de que puedan desarrollar estrategias que les permitan adaptarse a estas condiciones cambiantes, competir con éxito en un mercado altamente competitivo Su análisis conlleva a un solo propósito, el de influir significativamente en la viabilidad y funcionamiento de la organización.

2.4.4 Teoría de negocio

2.4.4.1 Teoría de negocio de Peter Drucker

Para Drucker P. (1997), ícono y referente de la administración moderna, la gestión y la teoría de negocio, de la que refiere como “un conjunto de suposiciones y principios clave que orientan las decisiones estratégicas y operativas de una organización, construye opera su modelo de negocio”, para asegurar el éxito a un largo periodo de la empresa. En sus obras como "Concept of the Corporation" y "The Practice of Management" (1997), han sido primordiales para evolución teórica y la praxis empresarial.

Con sencillez y adaptabilidad a todo tipo de organizaciones, Drucker propuso su “Teoría de la Empresa”, el desarrollo de situaciones y presunciones hipotéticas que con frecuencia se examinan por su volatilidad y carácter cíclico. Por lo que lograr la planificación y la estrategia organizacional dependerá de la comprensión, de las perspectivas organizacionales porque éstas dependen y exigen metas y objetivos operativos en los dominios principales que las unen, siendo esta es la piedra angular del nuevo enfoque de gestión conocido como Dirección por Objetivos. Este enfoque de liderazgo es excelente porque otorga un papel protagónico a los mandos intermedios,

También podemos decir que dicha teoría establece la comprensión de una empresa sobre cómo crear valor,

obtener beneficios y cumplir con su misión. Según Drucker, una teoría de negocios sólida debe responder a las siguientes interrogantes: (a) ¿Qué esperamos lograr como empresa con nuestra misión y propósito? (b) ¿Quiénes son nuestros clientes y cuál es su necesidad o problema que estamos resolviendo? (c) ¿Qué valor ofrecemos a nuestros clientes y cómo lo entregamos de manera única? (d) ¿Cuál es la esencia de nuestra propuesta de valor y qué nos hace únicos frente a la competencia? (e) ¿Cuál es nuestra fuente de ventaja competitiva sostenible? (f) ¿Cuáles son las actividades clave que debemos realizar y cómo nos organizamos para llevarlas a cabo de manera eficiente y efectiva? Y (g) ¿Cómo generamos ingresos y obtenemos beneficios económicos?

Además, Drucker sostenía que una teoría de negocios no debe ser estática, sino que debería ser constantemente revisada y adaptada a los cambios de las condiciones del entorno empresarial y a los requerimientos y tendencias de los clientes, predispuesta a la innovación y la capacidad de adaptación como elementos fundamentales para mantener la relevancia y la competitividad en el mercado. En cuanto a los conceptos clave de la teoría empresarial de Drucker se incluyen:

A. Enfoque en el cliente: Drucker enfatizó que el punto central de cualquier negocio exitoso es saber el requerimiento del consumidor. Argumentó que el

- B.** objeto primordial de la empresa es aportar valor para sus clientes y satisfacer sus demandas.

- C.** Concepto de empresa como sistema: Drucker veía a las empresas como sistemas complejos que involucran diversas partes y funciones que deben trabajar juntas de manera armoniosa para lograr los objetivos organizacionales.

- D.** Para Drucker, la Innovación y emprendimiento son elementos fundamentales en el largo plazo para la concreción empresarial. Fomentó la necesidad de estar atento a las oportunidades emergentes y adaptarse al cambio para mantener la ventaja competitiva.

- E.** La gestión por objetivos (MBO): Drucker desarrolló este concepto, que es un enfoque de gestión en el que se establecen metas específicas para los empleados y equipos, y luego se mide su desempeño en función de su logro

- F.** Descentralización y delegación: Drucker abogaba por la descentralización y la delegación de autoridad dentro de las organizaciones. Sostenía que la toma de decisiones debería ser llevada a los niveles más cercanos al lugar donde se generan los problemas o las oportunidades.

- G.** Conocimiento como recurso clave en la era moderna. Drucker de la mano con la información ágil del entorno empresarial.

H. Responsabilidad social: Drucker sostuvo que las empresas tienen un extenso compromiso con la sociedad y no solo con sus accionistas.

En resumen, la teoría de negocios según Peter Drucker se refiere a los principios y suposiciones que sustentan la estrategia y operación de una empresa, y proporciona una guía para la decisión final con el propósito de generar valor y alcanzar las metas a largo plazo.

2.4.4.2 ² **Teoría de la Cadena de Valor: Michael Porter**

Según Porter ¹⁶ M. (1985), sostiene que, una empresa puede lograr una ventaja competitiva sostenible al adoptando estrategias una estrategia que la diferencien de sus competidores o reduzcan costos. En su ² Teoría de la Cadena de Valor (Porter, 1985), se centró en analizar las dinámicas empresariales individuales que crean valor para los clientes, incluyendo actividades clasificadas en: primarias como el marketing y la producción, y de apoyo como adquisiciones, gestión de talento humano, y tecnología, cuyo fin es mejorar la eficiencia y la diferenciación de las mismas.

Desde su perspectiva, Porter ha desarrollado conceptos y marcos utilizados en el campo del análisis la estrategia empresarial ampliamente utilizado por empresas y académicos para examinar el entorno competitivo empresarial e identificar las fuerzas que afectan la

rentabilidad y atracción del mercado y desarrollar estrategias competitivas.

Estas fuerzas incluyen luchas entre competidores existentes, controles de nuevos competidores, poder de negociación de proveedores y clientes y la amenaza de sustitutos (productos o servicios)

A. Ventaja competitiva: Las empresas pueden obtener una ventaja competitiva al adoptar una estrategia que les permita diferenciarse de sus competidores o lograr costos más bajos, o lograra en un nicho de mercado específico., lo cual esta puede ser sostenible a largo plazo y permitir a la empresa superar a sus competidores en el tiempo

B. Cadena de valor: Porter desarrolló dicho concepto, con el fin de examinar las actividades internas empresariales y determinar cómo estas agregan valor a sus productos o servicios. El rol empresarial es analizar la eficiencia y el valor en cada etapa del proceso, para identificar legando a identificar áreas de mejora optimizando cada actividad para lograr obtener una ventaja competitiva.

C. Estrategias genéricas: (a) Ofrecer un precio inferior al de la competencia es el objetivo de una estrategia de gestión de costes; (b) Destacar con algo único o algo que los clientes valoran es la diferenciación; y (c) Una estrategia enfocada se centra en un segmento de mercado específico y adapta el

producto para satisfacer con mayor precisión sus necesidades.

D. Ventaja competitiva sostenible: Porter lo argumenta para sostener en el tiempo a la empresa y lograr posicionarse y liderar el mercado. Esto implica que las empresas deben crear barreras de entrada y crear capacidades únicas que sean difíciles de imitar para los competidores.

A modo de conclusión, La teoría de negocio de Porter se centra específicamente en la estrategia y la ventaja competitivas de las empresas, la competencia y la planificación estratégica empresarial

2.4.4.3 Teoría de la estrategia: Gary Hamel

La teoría de la estrategia (Hamel, 2001) se basa en la innovación y la transformación empresarial para lograr el éxito en un mundo empresarial en constante cambio. Hamel es reconocido como un experto en estrategia empresarial y ha desarrollado conceptos clave que desafían las prácticas tradicionales y promueven la adaptabilidad y la agilidad en las organizaciones, siendo los principios fundamentales de su teoría: (a) Innovación: Como motor para el éxito empresarial.

Según Hamel, las empresas deberían promover la innovación y la creatividad en toda la pirámide organizacional, y puede provenir de cualquier persona

en la empresa y debe ser un enfoque constante para mantenerse relevante en un entorno empresarial competitivo. (b) Desafiar el Status Quo: Hamel insta a las empresas a cuestionar las prácticas y los sistemas existentes en su industria. Propone que las empresas deben desafiar el statu quo y buscar nuevas formas de hacer las cosas. Esto implica estar dispuesto a abandonar métodos tradicionales y adaptarse a las nuevas realidades del mercado. (c) Estrategia basada en los recursos: Hamel propone que las empresas deben centrarse en desarrollar y aprovechar sus recursos y capacidades únicas. En lugar de seguir una estrategia genérica, las organizaciones deben identificar y utilizar sus activos estratégicos para diferenciarse de la competencia. (d) Gestión del cambio: Según Hamel, las organizaciones deben ser rápidas y adaptables a los cambios del entorno empresarial. Esto requiere flexibilidad de nuevo estilo de pensar, abierta al cambio y la disposición de deshacerse de prácticas obsoletas y adoptar nuevas formas de trabajo. (e) Participación y empoderamiento de los empleados: Hamel invoca la participación integral y el empoderamiento de los empleados como un medio para fomentar la innovación y la excelencia empresarial. para que las empresas logren fomentar una cultura de confianza y brindarles a los empleados la autoridad y recursos para que tomen sus propias decisiones y lograr el éxito organizacional, (f) Orientación al cliente: según Hamel las empresas deben centrarse en el cliente y ser lo suficientemente flexibles para satisfacer sus demandas cambiantes, escuchar activamente a los clientes, entender sus preferencias y ofrecer soluciones que agreguen valor.

En resumen, la teoría de Gary Hamel está basada en la innovación, la agilidad y el desafío de las prácticas tradicionales, busca ayudar a prosperar en un entorno empresarial dinámico al fomentar la innovación, la agilidad, el desafío de las prácticas tradicionales y el enfoque de los clientes las organizaciones promoviendo tendencias para hacer negocios, la gestión del cambio, el empoderamiento de los colaboradores y el asesoramiento al cliente como elementos fundamentales para el éxito empresarial en constante evolución.

En tanto, Francis J. Aguilar, propuso una clasificación de los niveles de entorno en su libro "Scanning the Business Environment", dividiéndolo en tres categorías, cada una con sus dimensiones asociadas:

A. Entorno general:

- **Entorno económico:** aspectos macroeconómicos como la inflación, el crecimiento económico, el desempleo, las tasas de interés y la estabilidad financiera.
- **Entorno sociocultural:** Incluye aspectos demográficos, tendencias culturales, valores sociales, actitudes, estilos de vida y cambios en los comportamientos de los consumidores.

B. Entorno político-legal: Factores políticos y legales que afectan a las organizaciones, como leyes,

C. regulaciones gubernamentales, políticas fiscales, estabilidad política y cambios en los gobiernos.

D. Entorno sectorial:

- **Competencia:** Incluye la complejidad de la industria, rivalidad de la competencia, la conglomeración del comercio y las barreras de entrada.
- **Proveedores:** aspectos de accesibilidad, negociación y dependencia de los suministradores de la industria.
- **Clientes:** Incluye sus características, poder de negociación, su fidelidad y la importancia de sus demandas.
- **Productos sustitutos:** La disponibilidad y la competitividad de estos mismos sustitutos en la industria.

E. Entorno interno:

- **Recursos y capacidades:** Activos tangibles e intangibles de la empresa (capital, tecnología, habilidades y conocimientos internos, entre otros).
- **Cultura organizacional:** Valores, costumbres, conductas y normas compartidos en la organización.

- Estructura organizacional: la división de tareas, la delegación de autoridad y la comunicación u entorno colaborativo y productivo.

2.4.5 Definiciones de plan de negocios

Paturel (2006) considera que “un ³⁷ plan de negocios es una herramienta de información utilizada en diversas áreas de la gestión para identificar acciones estratégicas, cuyo propósito es transformar la organización en empresa sostenible y rentable que oriente los recursos financieros a los objetivos antes mencionados”

El plan de negocio según Lázaro (2015) señala que “es un escrito aplicado para el análisis, evaluación, demostración y aprobación de un proyecto de negocios; evaluación de la preparación técnica y comercial, desempeño económico y financiero y adquisiciones; un plan consolidado permitiría que la empresa señale que existe mercado para el bien o servicio deseado. Además, Indica que el plan de negocio tiene dos objetivos primordiales: La viabilidad del plan y la venta de dicho plan. (pág. 2-4)

⁹⁷ Weinberger (2009), sostiene que un plan de negocios es una documentación formal que describe los pasos a seguir para lograr los objetivos planteados. Este escrito es un estilo sencillo y objetivo y se utiliza manual de negocios (Pág. 33). Asimismo, Weinberger (2009, pág. 41) señala que dicho plan debe realizar dos tareas clave para ser efectivo: (a) Poder asegurar financiamiento y (b) servir como herramienta para las operaciones. El plan de negocios para Komiya (2011), durar hasta

un año y debe corresponder con el año fiscal de la empresa de enero a diciembre o con un año calendario. Además, precisa que se puede elaborar planes de negocios con períodos especiales como el lanzamiento de una nueva línea de negocio o de productos y servicios De igual modo, Cardozo (2012), señala que el plan empresarial es “un declaración escrita de forma puntual e inteligible, producto de la planificación de las operaciones cotidianas de un negocio. Según Arbaiza (2015) lo define como un documento de estructurado y organizado que proporciona un plan orientado al diseño de la empresa. (pág. 21).

Según Zorita (2015, pág. 23). Un plan de negocio “es un documento aplicado a identificar, describir y analizar una oportunidad de negocio, valorar la viabilidad y desarrollar estrategias y procedimientos para transformar esta oportunidad en un proyecto negocio eficaz y efectivo.

En conclusión, un plan de negocios es una documentación organizada cuyo objeto es implementar la planificación adecuada y eficiente para el logro de metas en la que describe, identifica, examina y evalúa oportunidades para asegurar la sostenibilidad financiera de dicho plan.

2.4.6 Dimensiones del plan de negocios

Balanko (2007), define el plan de negocio en cinco dimensiones en forma estructurada y completa para así abordar la planificación empresarial de manera integral; (a) Viabilidad estratégica: incluye Análisis FODA, planificación, diferenciación y enfoque, segmentación de mercado, ventaja competitiva, visión, misión,

valores y metas, (b) Viabilidad del Mercado: segmentación del mercado, mercado objetivo, demanda y oferta de mercado (c) Viabilidad Organizacional: incluye diseño y estructura organizacional y capital humano, (d) Viabilidad técnica y operativa: recursos, productos y procesos, (e) Viabilidad económica y financiera: incluye la economía

2.4.7 Estructura del plan de negocios

Según Galindo Ruiz (2008), un plan de negocios está compuesta por un marco referencial y conceptual, que incluye: (a) proyecto (concepto de desarrollo y estado teórico), análisis de la industria, consultores, tamaño, ubicación, misión, visión y objetivos, ventajas comparativas y competitivas, calendario de actividades y balance de la instalación. (b) Plan de marketing: cartera de clientes, puntos de venta, canales de distribución, cadena de valor, prototipos de servicios, publicidad y ventas entre otros.

Distribución de la planta: Abarca el estudio de la capacidad operacional de planta instalada, así como otras instalaciones y equipo.

Servicio: El departamento de servicio consiste en la adquisición de materias primas, inventario, recurso humano directo, contabilidad de costos.

Pirámide organizacional: consiste en el entorno organizacional, el organigrama, el reclutamiento, el personal, el empleo, la descripción del puesto, los costos administrativos y los costos de venta.

Estructura financiera: Las finanzas se dividen en informes financieros, estado de ganancias y pérdidas, flujo de efectivo, depreciación, cuentas por cobrar, cuentas por pagar, entre otros

Desde otra perspectiva, (Arbaiza, 2015, pág. 24) & Weinberger (2009, pág. 43) destacan que “un plan de negocios no tiene una estructura uniforme, y que la elección de su estructura adecuada dependerá del empresario o inversionista. Asimismo, define la siguiente estructura de plan de negocios para empresa en operatividad: (a) Resumen Ejecutivo, (b) Descripción de la empresa, (c) Análisis de la posición de mercado e información competitiva del mercado objetivo, (e) Planificación estratégica (f) Estrategia de implementación y desarrollo, (g) alianzas estratégicas, en pro del posicionamiento del marketing y ventas. (h) Análisis de la infraestructura. (i) Evaluación financiera, (j) Valoración económica. Finalmente, (k) Propuestas, Apéndice u Anexos. Por consiguiente, Para una empresa a iniciar, Weinberger (2009), plantea la siguiente forma:

Resumen Ejecutivo

Aspectos claves descritos de forma concisa. Los inversores leen el resumen de los puntos clave de su plan a ver si los obliga a examinar más cerca su propuesta comercial, para descubrir necesidades insatisfechas, frente a la escasez de bienes y servicios, que podrían conducir a oportunidades de mercado, y a la creación de nuevos usos. de los mismos ya existentes. (Weinberger, 2009).

Análisis del entorno

Se requiere un estudio íntegro de las variables que repercuten en el contexto empresarial (económicos, sociales, entre otros), es decir-identificar amenazas potenciales al mercado y la necesidad de modificar la política empresarial. (Weinberger, 2009)

Análisis de la industria e investigación de mercado

Según Weinberger (2009), es fundamental considerar los juicios que repercuten en el desarrollo de una empresa al analizar una industria. Estas fuerzas, según Porter son los clientes, proveedores, sustitutos de productos o servicios, competidores actuales, competidores potenciales y competidores actuales. De manera similar, Weinberger (2009) afirma que “la investigación de mercado nos permite determinar si nuestra propuesta de valor es pertinente adecuada para nuestros asiduos”. Además, es fundamental decidir En los próximos meses ¿Cuánto gastarás en compras? y ¿Qué rango de precios aceptará para los productos y servicios? ¿Por qué cualidades de su producto o servicio están dispuestos a pagar los clientes?

Plan estratégico:

El desarrollo de una estrategia empresarial sustentada y justificada en un análisis de investigación de mercado, industria y medio ambiente es el primer paso de esta fase e incluye una lista de oportunidades y amenazas. (Weinberger, 2009)

Plan de marketing:

Identificar los objetivos de marketing, el mix de marketing, la descripción del bien o servicio, la estrategia de precios, distribución, entre otros; primero, se debe identificar el mercado objetivo. Weinberger (2009)

Plan de operación:

Weinberger (2009) argumenta que "la planificación operativa debe establecer objetivos, procesos y estándares de producción, lo mismo que presupuestos de inversión".

Diseño y planificación de la estructura de personal:

La fuerza laboral es importante para el éxito empresarial y la planificación de la fuerza laboral. Weinberger (2009)

Plan financiero:

Es un componente vital para determinar la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto. Esto incluye estimaciones de recursos financieros, un desglose de los gastos operativos, la necesidad y fuente de financiación, informes financieros y la evaluación del proyecto. Weinberger (2009)

2.4. MARCO CONCEPTUAL

2.4.1 Definición de términos básicos

Análisis FODA o DAFO; esta herramienta permite comprender el estado situacional de una empresa a través del análisis (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) y luego decidir qué tan competitiva es la empresa en relación con sus rivales. Encontrar e investigar situaciones que puedan tener impacto en las variables externas de la organización es su tarea principal. Weinberger (2009, pág. 137)

Competencia: Agrupación de empresas que crean productos, servicios idénticos o sustitutos de los desarrollados por una empresa. Si atiende al mismo mercado objetivo con el mismo producto o servicio se le llama competidor directo. Weinberger (2009, p. 138).

Competitividad: Es la capacidad de maximizar la productividad y darle a una empresa una ventaja sobre sus competidores Weinberger, (2009, p. 138)

Demanda: Es el volumen de bienes y/o servicios que los consumidores están dispuestos a comprar para satisfacer sus necesidades. Weinberger, (2009, p.140)

Eficacia: Capacidad de alcanzar las metas establecidas muy independientemente de los recursos disponibles. Weinberger, (2009, p.140)

Eficiencia: Capacidad para lograr los objetivos utilizando un mínimo de recursos-Weinberger, (2009, p.140)

Marketing. Las necesidades humanas y sociales se identifican y se intenta satisfacer a través del marketing. En marketing es “satisfacer una necesidad con ganancias”. Kotler y Keller, (2012, p. 5)

Negocio: Conjunto integro de recursos y tareas que pueden controlarse y gestionarse con el solo propósito de proporcionar a los inversores u otros participantes la rentabilidad u rendimientos en forma de de dividendos, menores costes u otras ventajas financieras”. NIIF, (2015, p. 3)

Mercado: Está formado por proveedores que suministran las demandas de necesidades reales y potenciales de los clientes. Weinberger, (2009, p.143)

Misión: El propósito de constitución de la empresa es su misión, Es el principio central y la razón de su fundación. Weinberger, (2009, p.143)

Oferta: Conjunto de productos y servicios disponibles para la venta. Weinberger (2009, p.143)

Plan de negocios: es una herramienta que se utiliza para presentar información operativa i financiera especifica, es decir, información detallada del cómo operará la empresa y cuánto dinero ganará en un escenario futuro. Weinberger, (2009, p.143)

Ventaja competitiva: Conjunto de cualidades y rasgos que distinguen de sus competidores directos a una empresa o

producto y hacen que sea difícil replicarlo, utilizando estrategias para la diferenciación de productos y servicios. Weinberger, (2009, p.146)

Ventaja comparativa: de una empresa o de un producto es la selección de rasgos que la diferencian de sus rivales directos y dificultan la imitación por parte de los competidores, que puede ser superada en el transcurrir del tiempo. Weinberger, (2009, p.146)

Visión: es el objetivo u escenario futuro a largo plazo que todos sus miembros deben apoyar. Weinberger, (2009, p.146)

CAPÍTULO III

DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

Desarrollar la organización, con una planificación, formulación y ejecución de diversas estrategias de marketing y comerciales, que impulsen el crecimiento y rentabilidad de la organización. con visión estratégica, habilidades analíticas sólidas y capacidad de liderar equipos multidisciplinarios.

3.2 FUNCIONES DEL PUESTO

- Desarrollar y fortalecer el Plan de Gestión Comercial de los Servicios Operacionales.
- Desarrollar planes e iniciativas de vanguardia para servicios especiales. a favor de la rentabilidad y la capacidad competitiva de la organización.
- Producir, examinar e interpretar datos del mercado para identificar las perspectivas comerciales.
- Desarrollar planes para interacciones a largo plazo con los clientes y proveedores.
- Generar reportes de cumplimiento de metas y actividades establecidas por la Alta Dirección.
- Coordinar y evaluar permanente con clientes activos y potenciales sobre los servicios y proyectos que ofrece la empresa, así como los servicios prestados por asesores y consultores colaboradores y trabajadores.

- Sugerir a la Gerencia General en las decisiones claves relacionadas con crecimiento de la cultura corporativa y la política y estrategias comerciales.

3.3 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- Presentación de informe mensual sobre las siguientes actividades:
- Coordinación personal con clientes activos en sus centros de trabajo
- Desarrollo y evaluación de encuesta sobre atención de calidad a clientes potenciales, asesores internos y trabajadores de la empresa.
- Desarrollo del Plan de Atención preferencia a clientes cautivos
- Coordinación con municipalidad de Ventanilla y Mi Perú para atender consultas legales gratuitas en zona urbana y asentamientos humanos.

3.4 CLIENTES INTERNOS

Los asesores principales y colaboradores se encuentran constituidos tanto en las áreas, legal como el de ingeniería del negocio.

3.5 INCONVENIENTES EN EL TRABAJO

- La carga de trabajo de los asesores especializados que asisten a los juzgados y fiscalías en las que tiene que impulsar sus demandas ante estos.
- La desatención de los Asesores principales para responder a las encuestas sobre las estrategias planteadas para mejorar la organización e implementación de acciones para mejorar la imagen institucional.

3.6 BENEFICIOS DE LA EMPRESA

Se ha mejorado la captación de clientes que habían obtenido servicios de la empresa en años anteriores, con el consecuente ingreso económico para la empresa.

3.7 PROPUESTA DE MEJORA

Se elevó un proyecto para la asignación de un asistente legal para dar informes diarios o mensuales a clientes mediante vía telefónica y wasap, con lo que se mejoró la fidelización y recomendación a otros clientes potenciales para ser atendidos por la empresa en asuntos legales o en aspectos complementarios para sus empresas, negocios y problemas de gestión a nivel de asesoría contable, financiera y de proyectos de ingeniería.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**4.1 CONCLUSIONES**

Respecto a las condiciones económicas, sociales y legales para la asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022, se establece lo siguiente:

Un análisis teórico de la condición económica de la sociedad, como es el caso del estudio propuesto en el distrito de Ventanilla, se ha completado y ha tenido un impacto significativo porque sus aspectos (como el empleo, por ejemplo) optan por verlo favorablemente. Dicho aspecto, se genera por los emprendimientos comerciales e industriales, y como resultado de estas condiciones económicas y su distribución dentro de la sociedad, su nivel de vida está en constante cambio, lo que repercute en el avance de la educación y los servicios que ofrece, como en la determinación de la reducción de la desigualdad a través con la reasignación de la riqueza. Sin embargo, estas pueden repercutir, dando lugar a conflictos y delincuencia, ante la ausencia de políticas fiscales y gubernamentales

En conclusión, las condiciones económicas de una sociedad influyen a diario en la vida de las personas como el empleo, la desigualdad, las políticas gubernamentales, el bienestar y la estabilidad sociales y política; lo que permite que la gestión de una oficina legal es adecuadamente positiva para las condiciones económicas y sociales para promover un desarrollo sostenible de

dicha oficina legal en una sociedad que se vienen desarrollando en forma próspera.

En la presente investigación, se encontró que las condiciones sociales tienen un alto impacto e influencia en la sociedad, como son las normas y valores culturales, en el comportamiento y la interacción humana que pueden afectar el fortalecimiento de las instituciones, las prácticas empresariales y la interacción social; y en estas estructuras sociales y dinámicas de poder, se incluyen la organización política, económica y de clase, en la que está sumida el distrito y que determina la distribución de poder y las oportunidades,

Las dinámicas de poder tienen un impacto en la movilidad social, el compromiso político, la desigualdad social y las relaciones interpersonales como la confianza y la cooperación componentes esenciales para que la sociedad funcione como debe. La estratificación social y las oportunidades están determinadas por factores como la educación, la ocupación y la clase social; elementos que pueden afectar la capacidad de una persona para acceder a los recursos, posición social, posibilidades de estructura social en términos de interacciones y roles, las condiciones sociales que afectan esas interacciones y roles, y las interacciones sociales que tienen lugar.

Como resultado, es importante reconocer estas condiciones sociales y abordarlas porque afectan significativamente en vida humana, las normas culturales, los valores, las estructuras sociales, las dinámicas de poder, la solidaridad y la estratificación social, una oportunidad para crear estrategias de negocios para

firmas de abogados donde la justicia social y la igualdad convivan pacíficamente.

En cuanto a las condiciones legales definidas en el marco teórico, tienen un impacto significativo en varios aspectos, por ejemplo, las leyes y reglamentos adoptados por los gobiernos tienen un impacto directo en las personas, el entorno empresarial, las prácticas comerciales e industriales, ya que estas normas abordan la protección del consumidor, temas como la competencia leal, el derecho laboral, la seguridad y el medio ambiente influyen en el comportamiento empresarial y protegen los intereses de diversos actores sociales.

Para que la sociedad funcione correctamente se deben proteger los derechos de propiedad y respetar los contratos estrictos esto se debe a que los derechos de propiedad salvaguardan los recursos y la propiedad fomentando la inversión, la innovación y el desarrollo económico y brindan un marco legal para contratos y transacciones interpersonales entre las parte. Esto genera confianza y hace que los contratos comerciales para el intercambio económico sean más fáciles de completar.

De manera similar, las leyes a favor del consumidor afectan la seguridad, confiabilidad y apertura de los bienes y servicios ofrecidos. Estas leyes están hechas para detener las prácticas engañosas, garantizar información precisa, establecer estándares de calidad y ofrecer mecanismos para resolver disputas. Una oficina de asesoría legal garantizará una adecuada protección al consumidor y promoverá la confianza y el bienestar para la comunidad del distrito.

En relación con la responsabilidad y compensación, la condición legal establece los mecanismos para abordar las responsabilidades y compensaciones en casos de daños y perjuicios y los sistemas legales establecen normas y procedimientos para determinar la culpabilidad, asignar responsabilidades y otorgar compensaciones a las partes afectadas; siendo estas condiciones legales las que influyen en la justicia y la equidad que busca la sociedad y que puede ser lograda a través de una de asesoría legal.

Con la innovación y la tecnología que ofrezca la oficina de asesoría legal también incide en el desarrollo y despliegue de innovaciones y tecnologías que nos permiten abordar rápidamente la propiedad intelectual, asesoramiento legal y protecciones facilitan la creación y difusión de información y legislación relacionada con la tecnología. como la privacidad y la ciberseguridad que afectan las interacciones sociales y económicas en el mundo actual en la era digital.

En conclusión, las condiciones legales de una sociedad influyen aspectos como la regulación pública, los derechos de propiedad y su protección, los contratos, la protección del consumidor, la responsabilidad e la indemnización, y la innovación y la tecnología que generan un impacto en la conducta empresarial, en la justicia y el bienestar general. Comprender y gestionar adecuadamente las condiciones legales en el plan de negocios es fundamental para promover una sociedad equitativa, justa y próspera.

- **Por tanto, las condiciones económicas, sociales y legales son elementos fundamentales que influyen en múltiples aspectos, en la transformación de las personas, la sociedad**

o país en un momento específico, en el desarrollo y funcionamiento de esta; por lo que la posibilidad de establecer un plan de negocio de una oficina legal permitirá promover, establecer, un desarrollo sostenible, equidad y la justicia social, equitativa y prospera dentro de una convivencia armoniosa en la sociedad

- Con respecto a determinar la viabilidad a nivel de investigación para un plan de negocio de asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao 2022, se establece lo siguiente:

JABES ASESORES Y CONSULTORES S.A.C. Es una empresa constituida por abogados e ingenieros, cuyo objetivo aspira a posicionarse en el mercado brindando un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes a través de la especialización, amplia experiencia y el uso de las tecnologías, gestionando la protección jurídica, pudiendo establecer e implementar una oficina de asesoría legal, y ampliar su competencia profesional a través de una organización que facilite el servicio a la población, maximizando el ahorro de costos y el tiempo de servicio al cliente durante las interacciones en persona o en línea. En este sentido, la empresa está lista de implementar un plan de negocios que le permita desarrollar esta nueva dependencia en su organización.

4.2 RECOMENDACIONES

- El gobierno debe formular planes económicos y sociales para mantener una sólida estabilidad económica, social y política,

base para el desarrollo sustentable de la sociedad, ya que aún es inestable y que puede generar malestar social, descontento y conflicto, ocasionando efectos negativos y repercusiones en la estabilidad existente de los procesos comerciales e industriales que se vienen desarrollando en este distrito; por lo que se ha de considerar en el plan de negocios para una oficina de asesoría legal en el distrito de Ventanilla a lo mismo con los aspectos sociales como elementos del estudio de mercado o del entorno. De otro lado, los aspectos legales para su constitución e implementación que permitan contar con la capacidad y medios tecnológicos antes de supuesta en operatividad, a fin de que permita dar un servicio óptimo y garantizado para sus usuarios.

- Con respecto a la viabilidad de a nivel de investigación para un plan de negocio de asesoría legal en el distrito de Ventanilla, Callao, 2022, se propone lo siguiente: Que, la Alta Dirección de JABES ASESORES Y CONSULTORES S.A.C., autorice la realización del referido plan de negocio dado que cuenta con los medios financieros legales para realizarlos.

Bibliografía

- Alva, E. (2017). *La desaparición de las microempresas en el Perú. Una aproximación a los factores que predisponen a su mortalidad. Caso del Cercado de Lima*. Economía y Desarrollo, 158(2). doi:<https://orcid.org/0000-0001-9372-8209>
- Arbaiza Fermini, L. (2015). *Cómo elaborar un Plan de Negocio*. Lima, Perú: Universidad ESAN.
- Arbaiza Fermini, L. (2015). *Cómo elaborar un Plan de NEGOCIO*. Lima: Universidad ESAN Cendoc.
- Arenas, E. (. (2017). *Plan de negocios para la Creación E Implementación de una Empresa de Asesoría y Consultoría Integral para las Pymes en la ciudad de Arequipa [Tesis, Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]*. Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle>
- Balanko, D. (2008). *Cómo preparar un plan de negocios exitoso*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Brethe de la Gressaye, J. (s.f.). Obtenido de <https://repositorio.essalud.gob.pe/>: <https://hdl.handle.net/20.500.12959/1100>
- Brethe de la Gressaye, J. &. (1939). *Las transformaciones jurídicas de la empresa patronal*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12959/1100>
- Cardozo, J. (22 de 04 de 2012). *Plan de Negocios.Definiciones y objetivos*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/jairocardozorojas/plandenegocios definiciones y objetivos>
- Cardozo, J. (22 de 04 de 2012). *Plan de Negocios.Definiciones y objetivos*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/jairocardozorojas/plandenegocios definiciones y objetivos>
- Chávarry, D. E. (2012). *Plan de negocios para la creación e implementación de una empresa de consultoría y asesoría de marketing para medianas y pequeñas empresas. (Tesis de licenciatura)*. Universidad Privada del Norte. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11537/10217>
- Congreso de la República. (1993). *Constitución Política del Perú, del 29 de diciembre de 1993, Título III - Del Régimen Económico, Capítulo 1; de los Principios Generales, artículos 58 al 61*. Fondo Editorial- Congreso de la República.
- Congreso de la República. (1997). *Ley 26887, del 19 de noviembre de 1997, Ley General de Sociedades -, Sección Cuarta – Sociedades Civiles- Artículos 295 al 302*.

Congreso de la República. (2013). ⁴ Ley 30056, del 02 de julio de 2013, Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión e impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento empresarial.

¹² Cordero López, J., Astudillo Durán, S., Carpio Guerrero, X., Delgado Noboa, J., & Amón-Martínez, O. (2011). *Análisis de los factores que influyen el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas del área urbana de la ciudad de Cuenca, Ecuador*. Maskana. Cuenca, Ecuador. Maskana. doi:<https://doi.org/10.18537/mskn.02.02.03>

⁹⁰ Davis, K. (s.f.). Can business afford to ignore corporate social responsibilities?(1960). 70-76.

⁴⁵ Drucker, P. (1997). *Su visión sobre: La Administración, la organización basada en la información, la economía y la sociedad*. (Vols. Parte I - Capítulo I). Colombia: Editorial Norma.

²² Duque Quintero, S. P. y González, E. M. . (2008). *Los consultorios jurídicos y la popularización del derecho*. Prisma Jurídico, 7(2), 341-358. . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/934/93412629008.pdf>

¹⁸ Friedman, M. (1970). *The social responsibility of business is to increase its profits*. Obtenido de <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>.

⁸³ Gary, Otler Phillip y Armstrong. (2003). *Fundamentos del Marketing 6° edición*. México: Pearson Prentice Hall.

⁴¹ GORE Callao. (2018). *Evaluación de Riesgo en el Asentamiento Humano Los Girasoles, Sector Pachacútec, distrito de Ventanilla, Provincia Constitucional del Callao, Región*. Obtenido de <https://sigrid.cenepred.gob.pe/sigridv3/documento/14634>

⁹⁴ Hamel, G. (2019). *Reseña "Liderando la Revolución"*. *Estudios Gerenciales*, núm. 78, enero-marzo, 2001, pp. 93-95. Universidad ICESI. ⁶⁶ Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21207806>

⁶ INEI. (2010). *Cuarta Revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4:*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

⁴⁷ INEI. (2018). *Estadísticas de Resultados definitivos de la Provincia Constitucional del Callao Tomo I, noviembre de 2018*. ³⁴ Provincia Constitucional del Callao. Obtenido de

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1580/07TOMO_01.pdf

INEI, Dirección Nacional de Cuentas Nacionales . (s.f.). ²⁵ *Clasificación Industrial Internacional Uniforme*. Obtenido de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf

⁹ Komiya, A. (2011). *¿Qué es un plan de negocios?* Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>

Kotler, P. & Armstrong G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. México:: Pearson Prentice Hall. ⁵¹

Mintzberg, H. (1984). *La estructuración de las organizaciones*. Barcelona - España: Ariel - Barcelona.

¹⁷ Moreira Menéndez, M., Bajaña Mendieta, I., Pico Saltos, B., Guerrero Ulloa, G., & Villarroel Bastidas, J. (2018). *Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador*. *Ciencias Sociales Y Económicas*, 2(1), 1–2.

² Municipalidad Distrital de Ventanilla. (2020). *Plan de Acción de Seguridad Ciudadana MDV*. Municipalidad Distrital de Ventanilla. ⁴⁸ Obtenido de https://www.muniventanilla.gob.pe/contenidos-nfs/files/otrosEnlaces/codisec/PADSC_2020_FINAL_compressed.pdf

¹⁹ P. Kotler, K. K. (2012). *Dirección de marketing* (Vols. (14.a),). México: Pearson Educación.

¹⁰ Panchana, N. (2011). *Asesoramiento laboral a los trabajadores mediante servicio de asistencia jurídica laboral gratuita en el sector público del cantón Santa Elena*. *La Libertad*. UPSE. ¹⁶ La Libertad: Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/944>

⁴³ Paturel R. (2006). *Por una nueva metodología de análisis del entorno en las organizaciones*. Revista Innovar - Gestión y Organización.

⁴² Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Basil Blackwell and New York: John Wiley & Sons.

⁶⁷ Poder Judicial. (2022). *Estadísticas de la Criminalidad, Segundo semestre 2017-2022*. Obtenido de <https://www.pj.gob.pe/wps/wcm/connect/5f27f30048bcea648f1cff96d60b58b5/esta>

distica+de+la+criminalidad+2022+iiff.pdf?mod=ajperes&cacheid=5f27f30048bcea648f1cff96d60b58b5

³⁶ Porter, M. (1985). *La Ventaja Competitiva según Michael Porter*. Obtenido de http://fcaenlinea1.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf

²¹ Porter, M. y Kramer, M.R. (2002). *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*,. Harvard Business Review, Diciembre, 78-92.

⁶⁹ Porter, M. y M.R. Kramer. (2002). *La ventaja competitiva de la filantropía corporativa*. . Harvard Business Review, Diciembre, 56-68.

⁵ Quiroz Palma, L. F. (2021). *Tesis Centro de Integración Cultural y Social para el Proyecto Especial Ciudad Pachacútec (PECP) del distrito de Ventanilla*,. Repositorio USMP. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/7815>

⁵³ RAE, R. A. (s.f.). *"Diccionario panhispánico del español jurídico*. doi:<https://dpej.rae.es/dpej-lemas>

¹³ Rodríguez Hernández, C. L., & López Ordóñez, E. A. (2021). *Plan de negocio para una empresa de consultoría y asesoría para emprendedores de Lima Metropolitana y de la Provincia Constitucional del Callao*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12867/5522>

⁴⁶ Rosas, O., Rivera, C., Cardoso, S., & Menchaca, D. (2019). *Plan y modelo de negocios*. *JÓVENES EN LA CIENCIA*, 5(1). Obtenido de <https://www.jovenesenlaciencia.ugto.mx/index.php/jovenesenlaciencia/article/view/3081>

²⁷ Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios: herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), Lima. Obtenido de <http://www.mific.gob.ni/Portals/0/Portal%20Empresarial/6.3%20LIBRO%20PLAN%20DE%20N>

Zorita, E. (2016). *Plan de negocio*. Madrid: ESIC: Editorial Crédito para inversiones productivas.

14%

INDICE DE SIMILITUD

14%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
3	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	issuu.com Fuente de Internet	<1%
5	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1%
6	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1%
9	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	<1%

10	repositorio.upse.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad San Ignacio de Loyola Trabajo del estudiante	<1 %
12	revista.religacion.com Fuente de Internet	<1 %
13	Submitted to Corporación Universitaria Minuto de Dios, UNIMINUTO Trabajo del estudiante	<1 %
14	www.muniventanilla.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE Trabajo del estudiante	<1 %
18	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
19	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	www.revista-iberoamericana.org Fuente de Internet	<1 %

21	revistahermes.com.br Fuente de Internet	<1 %
22	noesis.uis.edu.co Fuente de Internet	<1 %
23	Submitted to Universidad Nacional Abierta y a Distancia, UNAD,UNAD Trabajo del estudiante	<1 %
24	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
27	repository.ucc.edu.co Fuente de Internet	<1 %
28	repository.unab.edu.co Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	1library.co Fuente de Internet	<1 %
31	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
32	Submitted to Universidad Ort Trabajo del estudiante	<1 %

<1 %

33

Submitted to Aliat Universidades

Trabajo del estudiante

<1 %

34

Submitted to Universidad Católica del Norte

Trabajo del estudiante

<1 %

35

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados

Trabajo del estudiante

<1 %

36

ciencia.lasalle.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

37

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1 %

38

Submitted to Universidad Católica de Santo Domingo

Trabajo del estudiante

<1 %

39

repositorio.udl.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

40

repositorio.unican.es

Fuente de Internet

<1 %

41

sigrid.cenepred.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

42

tel.archives-ouvertes.fr

Fuente de Internet

<1 %

43	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
44	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
45	repositorio.undac.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
46	Submitted to Universidad Anahuac México Sur Trabajo del estudiante	<1 %
47	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
48	Submitted to Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado de la Construcción CAPECO S.A.C. Trabajo del estudiante	<1 %
49	repositorio.escuelamilitar.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
50	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
51	remineo.org Fuente de Internet	<1 %
52	Submitted to Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, UPTC Trabajo del estudiante	<1 %

Submitted to Universidad de Alcalá

53

Trabajo del estudiante

<1 %

54

repositorio.uchile.cl

Fuente de Internet

<1 %

55

ri.ues.edu.sv

Fuente de Internet

<1 %

56

Submitted to Centro Europeo de Postgrado -
CEUPE

Trabajo del estudiante

<1 %

57

Submitted to Universidad Católica de Santa
María

Trabajo del estudiante

<1 %

58

Submitted to Universidad Continental

Trabajo del estudiante

<1 %

59

Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la
Vega

Trabajo del estudiante

<1 %

60

es.wer.wiki

Fuente de Internet

<1 %

61

repositorio.ucsp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

62

repositorio.uho.edu.cu

Fuente de Internet

<1 %

63

www.editorialgrupo-aea.com

Fuente de Internet

<1 %

64	593dp.com Fuente de Internet	<1 %
65	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
66	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
67	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
68	repositorio.unsch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
69	www.redalyc.org Fuente de Internet	<1 %
70	HORIZONTE CONSULTORES S.R.L.. "EIA del Proyecto Relleno Sanitario y Planta de Tratamiento de Residuos Sólidos de la Ciudad de Arequipa-IGA0000029", R.D. N° 3704/2008/DIGESA/SA, 2020 Publicación	<1 %
71	gc.scalahed.com Fuente de Internet	<1 %
72	polodelconocimiento.com Fuente de Internet	<1 %
73	repositorio.udea.edu.co Fuente de Internet	<1 %

74	webapps.ifad.org Fuente de Internet	<1 %
75	www.deepdyve.com Fuente de Internet	<1 %
76	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 29 (2013)", Brill, 2016 Publicación	<1 %
77	baixardoc.com Fuente de Internet	<1 %
78	doku.pub Fuente de Internet	<1 %
79	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
80	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
81	idoc.pub Fuente de Internet	<1 %
82	repositorio.unan.edu.ni Fuente de Internet	<1 %
83	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
84	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %

85	dominiodelasciencias.com Fuente de Internet	<1 %
86	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
87	faculty.up.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
88	icluster-puebla.spribo.com Fuente de Internet	<1 %
89	idus.us.es Fuente de Internet	<1 %
90	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
91	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
92	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
93	repositorio.unab.cl Fuente de Internet	<1 %
94	repositorio.up.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
95	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
96	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

97

repository.eafit.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

98

xdocs.net

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado